

Fakultät Medien
Seminargruppe: IC11w1-M
Information and Communication Science

**HOCHSCHULE
MITTWEIDA**
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES



Thamri, Yasmina

Medien und ihre Relevanz für Softwareentwickler.
Eine qualitative Untersuchung über das Informations- und
Kommunikationsverhalten des heutigen Nerd.

– MASTERARBEIT –

Hochschule Mittweida – University of Applied Science (FH)
Berlin - 2013

Erstprüfer Zweitprüfer

Prof. Dr. phil M.A.

Andreas Wrobel-Leipold Markus Schubert

Abgabedatum: 09. September 2013

Fakulty of Medien
Seminar group: IC11w1-M
Information and Communication Science

**HOCHSCHULE
MITTWEIDA**
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES



Thamri, Yasmina

Media and their relevance for software developers.
A qualitative study about the information and communication
behaviour of the modern nerd.

– MASTER THESIS –

Hochschule Mittweida – University of Applied Science (FH)
Berlin - 2013

First examiner	Second examiner
Prof. Dr. phil	M.A.
Andreas Wrobel-Leipold	Markus Schubert

Date: 09. September 2013

Bibliografische Beschreibung

Thamri, Yasmina

Medien und ihre Relevanz für Softwareentwickler.

Eine qualitative Untersuchung über das Informations- und Kommunikationsverhalten des heutigen Nerd. - 2013 - 149 Seiten

Mittweida, University of Applied Sciences - Hochschule Mittweida (FH),
Fakultät Medien, Masterarbeit

Referat:

Programmieren, rechnen und logisch denken. Der heutige Softwareentwickler repräsentiert den klassischen Nerd: eine intelligente, doch sozial inkompetente Person, die sich in der Welt der Technik zu Hause fühlt. Doch ist das wirklich so? Und wie verhält sich der Nerd im beruflichen Alltag. Wo holt er sich fachspezifische Informationen und auf welchen Wegen verbreitet er Nachrichten? Gerade im heutigen digitalen Zeitalter ist diese Zielgruppe wichtiger denn je. Immer mehr Unternehmen wollen sie erreichen. Sei es im Hinblick auf Produktverkäufe oder Personalrekrutierung.

Wie sich der Nerd im beruflichen Alltag verhält, wie Unternehmen diese Zielgruppe mithilfe von Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen bestmöglich erreichen können und welche Medien für den Softwareentwickler wirklich relevant sind, ist in dieser Arbeit beantwortet. Mithilfe von qualitativen Experteninterviews konnten Einblicke in das mediale Verhalten dieser Zielgruppe geschaffen und persönliche Sichtweisen zusammengestellt werden. Eine umfassende Handlungsempfehlung sowie eine Infografik, die die Ergebnisse dieser Arbeit zusammenfasst, bilden den Abschluss dieser Masterarbeit.

Inhaltsverzeichnis

Bibliografische Beschreibung	1
Inhaltsverzeichnis.....	2
Tabellen- und Abbildungsverzeichnis.....	4
Danksagung	5
1 Der Nerd. Ein Phänomen der digitalen Welt.....	6
1.1 Forschungsstand	8
1.2 Ziel dieser Arbeit	9
1.3 Aufbau der Arbeit	10
2 Der Nerd und die Digitalisierung	11
2.1 Die Geschichte des Nerds: Von der Antike bis zum 21. Jahrhundert	11
2.2 Nerd oder Geek: Eine Begriffsdefinition	15
3 Medien, Kommunikation, Information	20
3.1 Das Medium	21
3.2 Online-Medien im Fokus	24
4 Zusammenfassung der theoretischen Erkenntnisse	27
5 Methodik und Forschungsdesign.....	28
5.1 Forschungsansatz qualitative Sozialforschung	28
5.2 Abgrenzung zur quantitativen Forschung	30
5.3 Datenerhebungsmethode: Qualitative Interviews	32
5.3.1 Leitfadengestütztes Experteninterview	33
5.3.2 Die Entscheidung der Stichprobe und Expertensuche	35
5.3.3 Interviewdurchführung und Auswertungsvorbereitung	37
5.4 Auswertungsmethode: Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring	38
5.5 Das empirische Material: Auswertungsprozess	39
5.6 Gütekriterien nach Mayring	42
6 Das empirische Material: Analyse und Interpretation	44
6.1 Kategoriensystem	44
6.1.1 Primärmedien	45
6.1.2 Sekundärmedien	48
6.1.3 Tertiärmedien	52
6.1.4 Quartärmedien	53
6.2 Informationsvisualisierung	66
6.3 Der Nerd aus der Perspektive des <i>Nerd</i>	67
6.4 Kritische Würdigung im Hinblick auf die Gütekriterien	68
7 Handlungsempfehlung	70
8 Resümee und Forschungsausblick.....	77

Glossar	81
Bibliografische Abkürzungen	85
Literaturverzeichnis.....	86
Anhang A: Cracker Abbildungen.....	94
Anhang B: Interviewvorbereitung.....	95
1 E-Mail Anschreiben	95
2 Interviewinformation	96
3 Leitfaden	97
Anhang C: Interviewdurchführung	98
1 Experte A	98
2 Experte B	106
3 Experte C	113
4, 5 Experten D und E	116
6 Experte F	120
7 Experte G	124
8 Experte H	129
9 Experte I	135
10 Experte J	141
Anhang D: Datenauswertung.....	148
Eigenständigkeitserklärung	149

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Tabelle 1: Experten vorliegender Forschung	36
Tabelle 2: Durchlauf der ersten Reduktion.....	41
Tabelle 3: Durchlauf zur finalen Kategorienbildung.....	41
Abbildung 1: Ausschnitt Nerd-Grafik aus dem Werk <i>If I ran the Zoo</i>	16
Abbildung 2: Die vier Medienkategorien	23
Abbildung 3: Expertensuche, Interviewdurchführung, Transkribierung	37
Abbildung 4: Finale Kategorien.....	44
Abbildung 5: Beispiel Farbschema: Online-Werbung.....	70
Abbildung 6: Weißkopfseeadler – Commodore 64.....	94
Abbildung 7: Beispiel Crack 1984	94
Abbildung 8: Beispiel Crack 1986	94

Danksagung

Eine wissenschaftliche Arbeit kann nicht alleine Bewerkstelligt werden. Daher bedanke ich bei allen, die mich während dieser Zeit unterstützt haben.

Ich danke all meinen Nerds und Geeks, die sich für ein Interview bereit erklärt und sich Zeit für mich und meine Fragen genommen haben. Es hat mir Spaß gemacht, auch wenn zwischenzeitlich das ein oder andere Missverständnis aus dem Weg geräumt werden musste, haben wir uns doch immer gut verstanden.

Vielen Dank an alle, die mir Tipps und Hilfe zur Suche von Interviewkandidaten gegeben haben. Weiterhin bedanke ich mich bei meinem Freund und meinen Freundinnen Stefanie Hromek, Diana Krieg und Adriane Wald, die mich in Stilfragen gut beraten haben und gewissenhaft korrigierten.

An dieser Stelle bedanke ich mich auch bei meinen beiden Betreuern, Herrn Prof. Wrobel-Leipold und Herrn Schubert, die mich mit ihren Anmerkungen in die richtige Richtung leiteten und zum Erfolg dieser Arbeit beitrugen.

Yasmina Thamri

Berlin 2013

1 Der Nerd. Ein Phänomen der digitalen Welt

„Be nice to nerds. Chances are you'll end up working for one.”
Bill Gates, Microsoft Gründer

„Die Nerds erobern die Welt.“¹, wie unter anderem Mark Zuckerberg mit seiner Entwicklung des mittlerweile weltweit größten sozialen Netzwerkes, beweist.² Sogar dem US-Präsidenten Obama sind scheinbar die Meinungen von Zuckerberg, dem Apple-Gründer Steve Jobs (†2011) und Google-Chef Eric Schmidt so wichtig, dass er sich persönlich mit ihnen traf.³

Der damals so genannte *knurd*⁴ wird heute laut Duden als ein „sehr intelligenter, aber sozial isolierter Computerfan“⁵ bezeichnet. Doch sozial isoliert scheint der Nerd nicht mehr zu sein. Der in der aktuellen Schreibweise *Nerd* oder auch *Geek*⁶ genannte Typus Mensch ist heute, durch die rasante und stetige Weiterentwicklung von Technik und Software, geradezu omnipräsent. So versuchte der Spielwarenhersteller Mattel mit seiner 2010 auf den Markt gebrachten *Computer Engineer Barbie*, der sogenannten *Nerd-Barbie*, seine Umsätze wieder in die Höhe zu treiben. Das Interessante daran: Der Konzern ließ im Netz über den nächsten Beruf der Puppe abstimmen. Entschieden haben sich die mehr als 600.000 teilnehmenden Internet-User für die Computerspezialistin.⁷ Durch das neue Verständnis für Medien und Internet hat sich der technikbegeisterte Nerd neu in der Gesellschaft etabliert. Damit dürfte die erste Generation der *Digital Natives*⁸ nun endgültig als gesuchter Arbeitnehmer in der globalen Wirtschaft angekommen sein.

Nachdem das Computerzeitalter begann und die neue Technik in die weltweiten Haushalte einzog, fand auch der Nerd seine Akzeptanz in der Gesellschaft. Denn der Personal Computer war ab diesem Zeitpunkt nicht mehr nur ein sonderbares Gerät, das dem technikaffinen Menschen vorbehalten war, sondern amüsierte nun auch die breite Masse. Der Computer, das Tablet und

¹ Bendel, 2012, S.9

² Vgl. Focus Online, 2013

³ Vgl. Spiegel Online, 2011

⁴ Vgl. Kirskey, 2005, S. 78

⁵ Duden Wörterbuch, 2007, Stichwort Nerd, S. 1202

⁶ Siehe Kapitel 2.2.2

⁷ Vgl. Unterreiner, 2010

⁸ Siehe Glossar

das Smartphone avancierten mitsamt ihren vielfältigen Anwendungen zum Mainstream. Es sind oftmals die Nerds, wie Bill Gates⁹, die diese Technologien auf den Markt bringen.

Im April 2012 teilte die Gesellschaft für Konsumforschung mit, dass jeder zweite Bundesbürger ein mobiles Gerät besitzt, mit dem gechattet, gespielt, gelesen oder Musik gehörte werden kann.¹⁰ Das Telefonieren rückt beim Nutzen eines solchen Gerätes scheinbar in den Hintergrund. Apps¹¹, wie beispielsweise eine Wasserwaagen-, oder auch Taschenlampen-Applikation, lösen analoge Geräte ab und verdrängen die klassischen Offline-Medien durch Anwendungen zur Informations- und Nachrichtenvermittlung.¹²

Technik beherrscht den Alltag. Je digitaler sich die Umwelt gestaltet, desto größer werden die Ansprüche an die Unternehmen. Es müssen Innovationen entwickelt werden, die das digitale Leben unterstützen. Folglich benötigt die Marktwirtschaft vermehrt Experten, die die verschiedenen Programmiersprachen zur Entwicklung von mobilen Anwendungen und Software-Produkten beherrschen, wie beispielsweise PHP, Java oder C#.

Schon zum Jahresende 2012 veröffentlichte der *Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM)* die Umfrageergebnisse zur Studie zum Arbeitsmarkt für IT-Fachkräfte. Mehr als 43.000 Arbeitsplätze sind in der Branche zu besetzen. 29,9 Prozent der 1.500 befragten Personalentwickler und Geschäftsführer gaben an, Experten zur Programmierung von Apps und der Erstellung mobiler Webseiten zu suchen.¹³

Das jüngste Beispiel des Nick D'Aloisio zeigt, wie viel den heutigen Internet-Riesen eine innovative App wert ist. Das Unternehmen Yahoo gab dem Nachwuchsentwickler einen festen Arbeitsplatz sowie rund 23 Millionen Euro für seine iPhone App *Summly*.¹⁴

Doch gerade für Unternehmen, die noch wenig Erfahrung mit Softwareentwicklung haben, ist die Suche nach dem passenden Mitarbeiter oftmals eine

⁹ Vgl. Süddeutsche Digital, 2008

¹⁰ Vgl. Gesellschaft für Konsumforschung, 2012, S.1

¹¹ Der Begriff steht für das angelsächsische Wort „Application“. Übersetzt bedeutet App also Anwendung

¹² Vgl. Reuter, 2012

¹³ Vgl. Bitkom (A), 2011

¹⁴ Vgl. Manager Magazin, 2013

Herausforderung. Der Einstellungsprozess ist nicht immer unkompliziert. Daher findet sich auf dem Buchmarkt immer mehr Literatur zu diesem Thema. Beispielsweise verfasste Patrick McCULLER das Handbuch *How to Recruit and Hire Great Software Engineers: Build a Crack Development Team*. Die Intention dieses Buches ist es, Unternehmen eine Anleitung und Hilfestellung zur erfolgreichen Einstellung von Softwareentwicklern bereitzustellen. Dabei wird der Prozess von der Suche bis hin zur Integration in den Arbeitsalltag analysiert und auf die Zielgruppe abgestimmt.

Doch diese Zielgruppe ist nicht nur für die Personalentwickler, Recruiter und Arbeitgeber attraktiv. Softwareentwickler werden zunehmend auch als wichtige Käufergruppe wahrgenommen. Der *Business-to-Developer (B2D)* Markt wächst nunmehr auch in Deutschland. Viele Dienste und Produkte der IT-Branche richten sich ausschließlich an Softwareentwickler.¹⁵ Auch gibt es Unternehmen, wie beispielsweise *apigee* oder *twillio* aus den USA oder den *Developer Garden* aus Deutschland, die sich mit ihren Produkten auf den Verkauf von APIs¹⁶ (Application Programming Interface) und damit auf Entwickler spezialisiert haben.

Der Softwareentwickler repräsentiert den heutigen Nerd¹⁷. Wie ist es den Unternehmen aber möglich, einen potentiellen Kunden anzusprechen, der scheinbar soziale Kontakte scheut und wenig kommunikativ ist?

Es stellt sich die Frage, durch welche Kommunikationskanäle dem Softwareentwickler Produkte näher gebracht werden können. Welchen Wert legt er auf Werbung und durch was bringt ihn dazu, neue Technologien in Betracht zu ziehen?

1.1 Forschungsstand

Bisher gibt es keine wissenschaftlichen Erkenntnisse bezüglich des Informations- und Kommunikationsverhaltens von Softwareentwicklern. Lediglich populärwissenschaftliche Werke sind zu der allgemeinen Nerd-Thematik anzuführen. Diese beschäftigen sich hauptsächlich mit der Geschichte des Nerd,

¹⁵ Vgl. Reitz, 2013

¹⁶ Programmierschnittstellen, siehe Glossar

¹⁷ Vgl. Bendel, 2012, S. 9. Daher werden die Begriffe Softwareentwickler und Nerd für vorliegende Masterarbeit synonym verwendet.

dem Charakter und Aussehen dieses Typus sowie dem *Nerd sein* an sich.¹⁸ Die Literatur geht jedoch nicht darauf ein, welche Informations- oder Kommunikationskanäle sie bevorzugen, um an fachspezifische Informationen zu gelangen. Dieses Wissen ist für Unternehmen jedoch wichtig, um mit ihrer Zielgruppe in Kontakt zu treten. Da dieser Bereich in der gesichteten Literatur eine Lücke aufweist, wird mithilfe einer qualitativen Forschungsmethode versucht, diese fehlenden Erkenntnisse zu erhalten. Das Experteninterview dient dabei als Datenerhebungsinstrument, um durch das persönliche und offene Gespräch die subjektiven Sichtweisen des Softwareentwicklers zu erhalten und die Zielgruppe besser zu verstehen.¹⁹

1.2 Ziel dieser Arbeit

In dieser Arbeit soll daher untersucht werden, welche medialen Kanäle Entwickler nutzen, um fachspezifische Informationen zu erhalten und weiterzugeben, welchen Nutzen sie in welchen Medien sehen und worauf sie bei der Mediennutzung Wert legen. Dies gilt für Offline- sowie Online-Medien.

Das kommunikationswissenschaftliche Ziel dieser Arbeit ist es, einen Einblick in das Mediennutzungsverhalten von Softwareentwicklern zu erhalten und ihr Kommunikations- und Informationsverhalten zu ergründen. Auch Unternehmen sollen von den gewonnenen Erkenntnissen profitieren. So soll die Forschung Arbeitgebern unter anderem Aufschluss darüber geben, durch welche Ansprachemöglichkeiten die Gruppe der Softwareentwickler bestmöglich zu erreichen ist.

Daraus resultiert folgende Forschungsfrage: *Welche Medien nutzt der Softwareentwickler, um fachspezifische Informationen zu erhalten und zu kommunizieren und warum nutzt er diese?*

Durch die Ergebnisse wird eine Handlungsempfehlung für Unternehmen abgeleitet, die es ihnen ermöglicht, auf adäquaten Wegen die Zielgruppe der Softwareentwickler anzusprechen.

¹⁸ Beispielsweise: Wo eine Brille ist, ist auch ein Weg von Jörg Zittlau, Die Rache der Nerds von Oliver Bendel oder auch Nerd Attack! von Christian Stöcker.

¹⁹ Siehe Kapitel 4

1.3 Aufbau der Arbeit

Zunächst gibt die vorliegende Masterarbeit einen Überblick über die Begrifflichkeit des Nerd. Woher stammt der Begriff, was hat er heute zu bedeuten und wie grenzt er sich von der ebenso im Alltag verwendeten Begrifflichkeit Geek ab. Kapitel 3 legt weitere Grundlagen bezüglich des Medienbegriffes dar und klärt über den Informations- und Kommunikationsbegriff auf. Desweiteren geht dieses Kapitel beschreibend auf die heute alltäglichen, internetbasierten Medienformen ein.

Nach Abschluss der theoretischen Grundlagen werden die Ergebnisse in Kapitel 4 kurz zusammengefasst, woraufhin Kapitel 5 die empirische Methode sowie das Forschungsdesign für die vorliegende Untersuchung beschreibt. Nachdem ein besseres Verständnis von qualitativer sowie quantitativer Forschung geschaffen und die Forschungsmethode bezüglich des Forschungsvorhabends festgelegt wurde, fokussiert dieses Kapitel die Thematik rund um die qualitativen Interviewformen. Die relevante Datenerhebungsmethode. Das Experteninterview, wird ebenso erläutert. Eine ausführliche Beschreibung des relevanten Auswertungsprozesses sowie die zu beachtenden Gütekriterien schließen das Kapitel 5 ab.

Kapitel 6 analysiert und interpretiert das erhobene Datenmaterial und verbildlicht die Ergebnisse in Form einer Informationsvisualisierung. Zudem geht dieser Teil der Arbeit auf die Nerd-Thematik sowie die angewendeten Gütekriterien ein. Welchen Wert die herausgefilterten Ergebnisse mit sich bringen, vermittelt die Überprüfung der Masterarbeit hinsichtlich der Gütekriterien.

Nach Abschluss der Ergebnisinterpretation beschäftigt sich Kapitel 7 mit der Umsetzung der Ergebnisse in Unternehmen. Hier wird eine Handlungsempfehlung aufgezeigt, die zur adäquaten Ansprache von Softwareentwicklern führen soll.

Kapitel 8 bildet das Fazit dieser Arbeit, welches die relevanten Forschungsergebnisse zusammenfasst und einen Forschungsausblick wagt.

2 Der Nerd und die Digitalisierung

„Say it loud. I'm a nerd and proud.“
Zitat aus dem Film *Revenge of the Nerds*

Die steigende Digitalisierung unserer Umwelt und der Wandel zur Informationsgesellschaft sind prädestiniert für den Nerd. Denn das eine bringt das andere mit sich: Der Nerd entfaltet sich in der Welt der Computer besser denn je oder wie ZITTLAU konstatiert:

„[...] mit dem Aufkommen des Personal Computer [...] war der Siegeszug des Nerds nicht mehr aufzuhalten. Denn die Welt der Computer erwies sich schnell als seine natürlich Biosphäre [...].“²⁰

Die nachfolgenden Kapitel widmen sich dem Ursprung und der Geschichte des Nerds sowie der etymologischen Herkunft dieser Begrifflichkeit.

2.1 Die Geschichte des Nerds: Von der Antike bis zum 21. Jahrhundert

Der Begriff *Nerd* blickt bereits jetzt auf eine lange Geschichte zurück. Er ist keine Erfindung des 21. Jahrhunderts, das Computerzeitalter und die Internetbranche unterstützen lediglich seine Popularität. Neue Technologien wie Apps oder soziale Netzwerke gehören zum heutigen Alltag und das ist den Nerds – den Softwareentwicklern, Hackern und Codern – zu verdanken.²¹

„[...] Nerds können nur dort gedeihen, wo man ihre Eigenarten duldet [...]“²², so ZITTLAU. Der Nerd benötigt also eine Umgebung, in der er sich, ohne Kompromisse ausleben kann. Daher legt ZITTLAU den Beginn der Nerd-Ära ins 14. Jahrhundert, dem antiken Griechenland. Seiner Meinung nach waren schon die Philosophen und Gelehrten Archimedes, Aristoteles oder Diogenes Nerds, die wegen ihrer Intelligenz, ihres Wissens und ihrer Weisheit von den Bürgern geschätzt wurden. Eine gewisse Toleranz gegenüber besonders gelehrten Mitbürgern verhalf dem antiken Nerd zu gesellschaftlicher Akzep-

²⁰ Zittlau, 2011, 23

²¹ Vgl. Ebenda, 2011, S. 181 f.

²² Zittlau, 2011, S. 12

tanz.²³ Die ersten Nerds waren also durchaus angesehen. Kriegszeiten erschwerten jedoch ihr Dasein. So war das späte Mittelalter eine gefährliche Zeit für Charaktere, die sich von der Masse abhoben. Folter und Gefangenschaft zählten zu den Situationen, die Mitbürger, die nicht der damaligen Norm entsprachen, zu bewältigen hatten.²⁴ Im 18. Jahrhundert, dem Zeitalter der Aufklärung, auch philosophisches Jahrhundert genannt²⁵, erhielt der Nerd seine gesellschaftliche Wertschätzung zurück. Auch das 20. Jahrhundert, die von Erfindungen und Wissenschaften geprägte Zeit, verhalf dem Nerd zu mehr gesellschaftlicher Akzeptanz. Der Physiker Albert Einstein gilt in der populärwissenschaftlichen Literatur, unter anderem durch seine beiden Werke zur Relativitätstheorie²⁶, als Pionier der Nerds.²⁷

Die naturwissenschaftlich geprägte Zeit des Nerd fand jedoch im Zweiten Weltkrieg und der McCarthy-Ära²⁸ der 1950er Jahre in den USA ein erneutes Ende. Xenophobie, Antisemitismus sowie Nationalismus durchzogen diese Jahrzehnte. Der intelligente Mensch musste sich verstecken.²⁹

1946 begann langsam das Computerzeitalter.³⁰ Fortan wurden Menschen benötigt, die sich mit Computertechnik auseinandersetzen wollten. Der Nerd fand sich in dieser Branche wieder und konnte sich auf diese Weise erneut entfalten. Als die ersten Heim-Computer entwickelt wurden, festigte sich der Nerd, wie er heute definiert wird, endgültig in der Gesellschaft. Wegweisend war dabei der Computer Commodore 64 (kurz: C64), der den Menschen die Möglichkeit gab, sich mit Programmiercodes auseinanderzusetzen. Die Computerspiele waren noch nicht kopiergeschützt, woraufhin technikaffine Jugendliche schnell und einfach Spiele *cracken*³¹ und weiterentwickeln konnten. Diese Programmiercodes der *Cracker* gehören zu den ersten und fundamen-

²³ Vgl. Zittlau 2011, S. 20

²⁴ Vgl. Zittlau, 2010, S. 24 ff.

²⁵ Vgl. Schneiders, 2005, S. 7

²⁶ Spezielle Relativitätstheorie (1905) und Allgemeine Relativitätstheorie (1916).

²⁷ Vgl. Tucker, 2009, S. 5

²⁸ Dem sogenannten *McCarthyism* gab der US-amerikanische, den Republikanern angehörige Senator (1946 - 1957), Joseph McCarthy, seinen Namen. Er intervenierte gegen das Militär, die Unterhaltungsbranche sowie der Regierung und zielte auf eine *Kommunistensäuberung* innerhalb dieser Bereiche ab. Kommunisten galten zu jener Zeit als Verräter des Vaterlandes. Dadurch zogen sich eine Vielzahl von Regierungsbeamten und freiberuflichen Arbeitern aus der Filmbranche sowie der Presse zurück. Vgl. Adams, 2012, S. 86

²⁹ Vgl. Priester, 2007, S.81

³⁰ Vgl. Pürer, 2003, S. 222

³¹ Siehe Glossar

talsten Programmiererfahrungen und stellen auch heute noch die Basis vieler Programmiersprachen dar.³²

„Die Cracker-Szene rund um den meistverkauften Computer aller Zeiten war die erste internationale Techno-Subkultur, ein komplexes System, geformt und unterhalten von weitgehend mittellosen Teenagern. [...]. Sie schufen Begriffe, Kategorien und Zeichensystem, die noch heute in Gebrauch sind [...].“³³

Vermutlich ist dieser Umstand der Grundstein der weltweiten Epoche der (Computer-) Nerds.³⁴ Das bloße Kopieren reichte den Jugendlichen nach kurzer Zeit nicht mehr aus und sie fingen an, sich mit der Struktur des Quellcodes auseinanderzusetzen. Sie drückten den gecrackten Spielen ihren individuellen Stempel auf, indem sie durch ihre selbst erlernten Programmierkenntnisse neue Anfangssequenzen und Botschaften programmierten. Die Cracker-Gruppen markierten ihr Revier und je nachdem wie viel Programmiererfahrung sie hatten, waren die Abbildungen mal mehr oder weniger aufwendig.³⁵ Eine der aktivsten Gruppen aus dieser Zeit war die aus den USA stammende *Eagle Soft Incorporated (ESI)*. Ihr Markenzeichen war die Abbildung des Kopfes eines Weißkopfseeadlers, der eine Diskette im Schnabel hält.³⁶ Zusehends wurden immer neue Möglichkeiten entdeckt, neue Spielsequenzen hinzuzuprogrammieren und Änderungen vorzunehmen. Auch die Anpassung an die länderspezifischen TV-Standards³⁷ gehörte irgendwann zum Repertoire der jungen Programmierer. Durch den C64 entwickelte sich eine globale, dynamische Gruppe von Jugendlichen, die sich durch die neue Technik herausgefordert fühlten und deren Ehrgeiz im Hinblick auf die Spieleprogrammierung immer stärker wurde.³⁸

STÖCKER beschreibt den Nerd dieser Zeit aus persönlicher Erfahrung heraus:

„[...] pickelig, pummelig, trug Kleidung, die [...] seine Mutter ausgesucht hatte [...], und bewohnte ein winziges Zimmer in der Wohnung seiner Eltern. Unter seinem Schreibtisch standen gleich mehrere PC's, von denen einige kein Gehäuse hatten.“³⁹

³² Vgl. Stöcker, 2011, S.19 f.

³³ Ebenda, 2011, S. 33

³⁴ Vgl. Stöcker, 2011, S. 39 f.

³⁵ Zur Veranschaulichung sind unter Anhang A: Cracker Beispiele, Botschaften aus den damaligen Computerspielen abgebildet

³⁶ Vgl. Stöcker, 2011, S. 42

³⁷ Beispielsweise in den US-amerikanischen Standard NTSC oder den Deutschen Standard PAL

³⁸ Vgl. Stöcker, 2011, 43 ff.

³⁹ Ebenda, 2011, S. 48

Im Jahre 1975 wurde der Typ des Nerd durch den jungen Bill Gates zunehmend präsent. Zu jener Zeit galt er als der Inbegriff des Nerd:

„As a student, with his slight build, freckled face, unkempt hair, and thick glasses, Gates was the quintessential nerd. Although exceedingly intelligent, [...]“⁴⁰

Der Computer gehörte nun zur Moderne und Nerds wie Bill Gates, Steve Jobs und Steve Wozniak¹ eröffneten den *Nicht-Nerds* die Welt dieser Technologie und des Internets. Diese Entwicklung ließ das bis dahin negative Bild des Nerd wackeln, denn nicht jeder konnte mit den verschiedenen Programmiersprachen umgehen. Die „uncoolen Jungs“ wurden nunmehr für ihr außergewöhnliches Talent im Umgang mit dem Programmiercode bewundert, wie Nugent erklärt: „[...] making language in a well-defined code is a pillar of nerdiness“¹.

Mit den Anfängen der Betriebssysteme und den Web-Browsern avancierten der Computer und seine technischen Möglichkeiten zum Mainstream.⁴¹ In den 90-ziger Jahren stärkte sich das positive Image weiter und erstmals repräsentieren Frauen in Filmen wie *Das Netz* den modernen Nerd.⁴²

Das Internet und der Computer entwickelten auch die Kommunikationswege weiter. So wird Zuckerberg im Jahre 2004 in die *Oberriege* der Nerds aufgenommen, sogar ein Kinofilm *The Social Network*⁴³ wurde über ihn gedreht.⁴⁴

Im Laufe des letzten Jahrzehntes wurde der Nerd weiter zur Kultfigur stilisiert. Mit Serien, wie *The Big Bang Theory*⁴⁵, wird die Thematik des Nerd aufgegriffen. Ebenso sind Comics und Science Fiction – im Gegensatz zum damaligen Verständnis – nicht mehr nur Interessengebiete des Nerd.

In den 90-ziger Jahren noch hauptsächlich im Film anzutreffen, zählen heute immer mehr Frauen, wie beispielsweise MARISSA MEYER, die Chefin des Internet-Konzerns Yahoo, zu den modernen Nerds.⁴⁶

⁴⁰ Lambert et. al., 2005, S. 101

⁴¹ Vgl. Nugent, 2008, S. 38

⁴² Vgl. Zittlau, 2011, S. 27

⁴³ Vgl. Schmitt, 2011

⁴⁴ Vgl. Bendel, 2012, S. 9

⁴⁵ Deutsche Erstaussstrahlung im Jahre 2009

⁴⁶ Vgl. Forbes, 2012

Der Begriff Nerd findet im 21. Jahrhundert auch im Einzelhandel größere Bedeutung. Im Trend sind unter anderem markante Hornbrillen, die als Nerd-Brillen zum Kauf angeboten werden.⁴⁷

Die Historie des Nerd, von der Antike bis ins Jahr 2013 hatte ihre Höhen und Tiefen. Doch letztlich stellt auch ZITTLAU fest: „Die Stunde des Nerds ist endlich gekommen.“⁴⁸

2.2 Nerd oder Geek: Eine Begriffsdefinition

„I’m a Geek, and I might be a Nerd, but I’m not a Dork.“
Michael Loop, Software Developer

Bezugnehmend auf LOOPS Selbsteinschätzung wird deutlich, dass diverse Begriffsformen für das Verständnis der vorliegenden Arbeit unterschieden werden müssen. Was unterscheidet den Nerd von den anderen in der IT-Welt anzutreffenden Typen und wie genau wird er definiert?

Dieses Kapitel setzt sich mit der Differenzierung der Begriffe Nerd und Geek auseinander und analysiert deren Begriffsherkunft. Es werden Definitionen aufgezeigt, die zum besseren Verständnis der verschiedenen Charaktere beitragen sollen. Festzustellen ist jedoch schon jetzt, dass die Begriffe nicht durch eine allgemeingültige Definition einzugrenzen sind. Im Gegenteil, sie werden auf unterschiedlichste Art und Weise gedeutet.

Begriff Nerd tauchte scheinbar im Jahre 1950 das erste Mal in den USA auf.

⁴⁹ Der Kindermärchenbuchautor DR. SEUSS⁵⁰ veröffentlichte zu jener Zeit die Geschichte *If I ran the Zoo*. Darin bezeichnete er ein Tier als einen Nerd, das er für seinen Zoo einpacken wollte: „And then, just to show them, I’ll sail to Ka-Troo. And Bring Back an It-Kutch, a Preep and a Proo, a Nerkle, a *Nerd*, and a Seersucker, too!“⁵¹

⁴⁷ Vgl. Süddeutsche Digital (B), 2010

⁴⁸ Zittlau, 2011, S. 28

⁴⁹ Vgl. Loop, S. XIV

⁵⁰ Die Bezeichnung Dr. Seuss nutzte der Autor T. Seuss Geisel als Pseudonym.

⁵¹ Geisel, 1977, S. 28 [Hervorhebung nicht im Original]

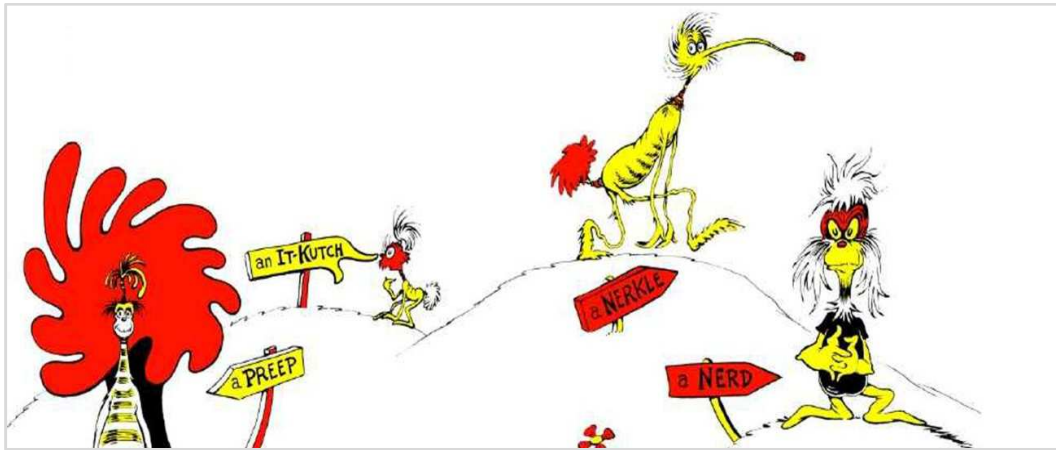


Abbildung 1: Ausschnitt Nerd-Grafik aus dem Werk *If I ran the Zoo*.
Quelle: Geisel, 1977, S. 28-29

Ungefähr zwölf Monate später griff die US-amerikanische Zeitschrift *Newsweek* den Begriff des Nerd auf und bezeichnete damit einen *Square*.⁵² „In Detroit, someone who once would be called a drip or a square is now, regrettably, a nerd, or in a less severe case, a scurve.“⁵³

Laut einem Artikel der Zeitschrift *IEEE* aus dem Jahre 1995 betitelten US-amerikanische Studenten ihre alkoholabstinenten Kommilitonen in den 90ziger Jahren als sogenannte *knurds*.⁵⁴ Das rückwärts geschriebene englische Wort *drunk*⁵⁵, klang nach *nurd* und ähnelt der heutigen Schreibweise sehr.

Zu welcher Zeit der Begriff in Deutschland das erste Mal verwendet wurde, kann nicht eindeutig festgestellt werden. Die älteste Quelle, die zu dieser Thematik ausfindig gemacht werden konnte, ist eine von MAX GOLDT 1997 veröffentlichte Kolumne. Unter dem Titel „Ein gutes und ein schlechtes neues Wort für Männer“ schrieb er, wie wichtig es für die amerikanischen Jugendlichen war, das Wort Nerd zu erhalten:

„Von einer Amerikanerin erfuhr ich, dass man während ihrer High-School-Zeit vor zwanzig Jahren zuerst kein passendes für diese [...] weniger beliebten Kommilitonen, gekannt habe, aber plötzlich wäre nerd aufgetaucht und alle wären für dieses dringend benötigte Wort dankbar gewesen [...].“⁵⁶

⁵² Siehe Glossar

⁵³ Nugent, 2008, S. 55

⁵⁴ Vgl. Kirskey, 2005, S. 78

⁵⁵ Zu Deutsch: betrunken

⁵⁶ Goldt, 2001, S. 101

GOLDT definiert den Nerd als einen ungepflegten, kamerascheuen Menschen ohne Musikgeschmack, der sich überdurchschnittlich spät mit Familienplanung auseinandersetzt. Zudem scheut er das Neue, so dass selbst der Brotaufstrich nicht einfach so gewechselt wird. Doch er bereichert jeden Freundeskreis, da er durch seine technische Begabung Reparaturmaßnahmen im Haushalt erledigen kann.⁵⁷ Alles in allem erklärt GOLDT: „In seiner Anspruchslosigkeit und Unverzichtbarkeit ist der nerd ein lebenswerter Mitbewerber um die Gunst von Gegenwart und Himmel.“⁵⁸

FEHLING definiert zu Beginn des Jahres 2001 den Begriff Nerd folgendermaßen: „Nerds sind vor allem Spezialisten für etwas, das sie ganz allein, ohne die Hilfe anderer beherrschen können“⁵⁹

STÖCKER beschreibt den Nerd anhand eines persönlichen Kontaktes:

„[...] Da saß ein schlacksiger, eher schweigsamer Junge mit Stahlgestellbrille und Bauchansatz vor seinem 64er, seine Finger flogen über die Tastatur, und das Diskettenlaufwerk ratterte in einem fort.“⁶⁰

Eine weitere Definition, welche dem erfolgreichen Nerd, Bill Gates gewidmet ist, soll abschließend das Begriffsverständnis verdeutlichen:

„He's the guy who drives the Porsche, but can never manage matching socks; the poor schmuck you don't dare speak with at cocktail parties unless your printer is broken. He is Bill Gates, billionaire with the \$6.00 haircut.“⁶¹

In der Gesamtheit kann also festgehalten werden: Der Nerd ist ein intelligenter Mensch, der durch seine fokussierte Arbeitsweise scheinbar schnell zu einem Experten avanciert. Seine Hingabe gehört vor allem dem Computer und der Technik. Durch sein auffälliges Äußeres wird er schnell als Nerd identifiziert. Er legt keinen großen Wert auf sein Aussehen und hat eine Kommunikationsschwäche. Nerds sind zudem nicht mehr nur Außenseiter, sondern in der heutigen digitalen Zeit durchaus erfolgreiche Geschäftsmänner.

⁵⁷ Vgl. Goldt, 2001, S. 101 ff.

⁵⁸ Ebenda, 2001, S. 105

⁵⁹ Vgl. Benecke, 2001

⁶⁰ Stöcker, 2011, S. 30 f.

⁶¹ Kirksey, 2009, S. 77

Die Herkunft des Wortes Geek ist schwieriger nachzuvollziehen. Wie einige Quellen darlegen, stand der Begriff bezeichnend für einen Zirkuskünstler, der Ratten, Schlangen oder Hühnern bei lebendigem Leib den Kopf abbiss. Er war der sogenannte *Side Man* des Wanderzirkus, der die Zuschauer aus einem Käfig heraus mit seiner Show unterhielt.⁶²

Im 21. Jahrhundert gleichen sich die Definition des Geek und des Nerds. So ist er laut KIRK: „A person who is socially uncomfortable or unfashionable, an obsessive enthusiast.“⁶³ Der Geek hat laut KIRK keinen Sinn für Mode und er fühlt sich in Gesellschaft eher unwohl. Weiterhin stellt sich beim Geek rasch Begeisterung für etwas ein. Er kann regelrecht besessen von dem werden, was ihn gerade beschäftigt. KIRK führt hier Science-Fiction Filme sowie das Programmieren an. Der Geek lässt sich jedoch nicht nur für Technik- oder Science-Fiction begeistern. Auch eine sportliche Komponente, wie Fußball, findet in seinem Leben Platz.⁶⁴

Eine widersprüchliche Definition besagt jedoch, dass der Geek ausschließlich mit Gleichgesinnten auskommt und er sich nur im Cyberspace, dem Internet, wirklich wohl fühlt:

„[...] the geek today is one with the considerable technical skills in the area of computation. His (and now her) main beef is with everything and everyone who is not a geek. For the geek, cyberspace is the only real home.“⁶⁵

Laut DANESI kommt Fußball für den Geek also nicht in Frage. Dies verdeutlicht, dass die Definitionen nicht immer in die gleichen Richtungen verlaufen.

Im Internet und den Printmedien kursieren hauptsächlich Nerd und Geek vergleichende Texte. Oft unter dem Namen *Nerd vs. Geek*, wird der Geek als moderner dargestellt, da er auf mobile Geräte wie Tablet oder Smartphone steht, der Nerd hingegen auf Bücher. Der Geek kann auch ein Designer oder Barista sein, während der Nerd nur auf Wissenschaft und Technik fokussiert ist.⁶⁶ Dies sind jedoch alles populärwissenschaftliche Anstrengungen, welche die beiden Begriffe voneinander abzugrenzen versuchen.

⁶² Vgl. Fiedler, 1978, S. 162 f.

⁶³ Kirk, 2005, S. 9

⁶⁴ Vgl. Ebenda, 2005, S. 9 f.

⁶⁵ Danesi, 2010, S. 94-95

⁶⁶ Vgl. Beneke, 2012

Es ist schwierig auf Grundlage der theoretischen Erkenntnisse eine konkrete Begriffsdefinition und Unterscheidung des Nerd und Geek vorzunehmen. Die vorliegende Forschung bedient sich aufgrund einer einheitlichen Sprachweise ausschließlich des Nerd Begriffes. Wie sich der Softwareentwickler jedoch selbst definiert, ob er sich mehr als Nerd oder als Geek sieht, wird in Kapitel 6 durch die interviewten Personen näher behandelt.

Zunächst sind weitere wichtige theoretische Grundlagen sowie Begriffsdefinitionen voranzustellen, die ein besseres Verständnis für die anknüpfende Forschung schaffen.

3 Medien, Kommunikation, Information

Who say's what in which channel to whom with what effect?
Harold D. Lasswell. Amerikanischer Soziologe

Um herauszufinden, welchen Kommunikations- und Informationsweg der Softwareentwickler verwendet, ist die individuelle Mediennutzung zu evaluieren. Mediennutzungsforschung, auch Publikumsforschung genannt, fokussiert die präkommunikative Phase der Mediennutzung. Dabei ist sie nicht nur ein Mittel, um die verwendeten Medienformen der betroffenen Zielgruppe zu eruieren. Vielmehr gilt es hierbei auch die Auswahlentscheidungen bezüglich der Informationsbeschaffung und Kommunikationsentscheidung zu analysieren.⁶⁷

Kommunikation kann für die vorliegende Arbeit schon vorab in zwei Formen unterschieden werden: Zum einen in eine direkte persönliche Kommunikation (face-to-face-communication) und zum anderen in eine computergestützte Kommunikation (computer-mediated-communication). Beide Formen sind sich, unabhängig von ihrer Kommunikationsübertragung, ähnlich. Kommunikation kann deshalb als eine soziale Interaktion, die mindestens zwei oder mehr Personen zur gleichen Zeit benötigen, definiert werden. Dies bezieht sich gleichermaßen auf das Face-to-Face Gespräch oder den Chat einer Webseite gleichermaßen.⁶⁸

Der Informationsbegriff für die vorliegende Arbeit kann als schriftliches, vertontes oder verbildlichtes Wort, welches ausschließlich zur Informationsaufnahme dient, definiert werden. Dabei sind die für den Empfänger neuen Erkenntnisse die wertvolle Information.⁶⁹ Genannt werden kann an dieser Stelle, unter anderem die Tageszeitung oder für den Online-Bereich das Online-Magazin.

Um Informationen zu erhalten oder mit anderen Personen zu kommunizieren, sind Medien gefordert, welche Nachrichten übermitteln. Um ein grundlegendes Verständnis dafür zu erhalten, wie die vorliegende Arbeit Medien definiert und welche Medien forschungsrelevant sind, erläutert das nachfolgende Kapi-

⁶⁷ Vgl. Bonfadelli, In: Bonfadelli et. al., 2005, S. 495

⁶⁸ Vgl. Fraas et.al, 2012, S. 6

⁶⁹ Vgl. Gabler Verlag, Stichwort Information

tel den Gebrauch des Begriffes und geht auf die medialen Schwerpunkte dieser Arbeit ein.

3.1 Das Medium

Was sind eigentlich Medien? Diese Frage versuchen viele Wissenschaftler mit unterschiedlichen Interpretationen zu beantworten. Eine allgemeingültige Definition dieses Begriffes gibt es bislang noch nicht.⁷⁰

Der Begriff *Medium* stammt aus dem Lateinischen und bedeutet *Mittel* oder auch *Mittelpunkt*⁷¹. Dieser Terminus wird außerdem bei der Beschreibung eines Gegenstandes oder einer Sache gebraucht, wie beispielsweise das *Medium Musik* oder auch das *Medium Kunst*. Seine Bedeutung variiert je nach Branche. So wird das Medium in der Massenkommunikationsforschung als ein *technischer Kanal* betrachtet. In der Kybernetik steht der Begriff Medium hingegen für *Zeichenvorrat*.⁷²

Für die vorliegende Forschung ist zunächst eine Basisdefinition festzulegen. Hierzu kann die Definition des BROCKHAUS herangezogen werden. Medien sind demnach „Vermittlungssysteme für Informationen aller Art (Nachrichten, Meinungen, Unterhaltung), [...]“⁷³

Medien bieten Zugang zu Informationen und fungieren als eine Art Werkzeug, um Informationen von A nach B zu transferieren. Darauf aufbauend kann MALETZKE zitiert werden, für den Medien „technische Mittel oder Instrumente, die der Verbreitung von Aussagen dienen“⁷⁴, darstellen.

Medien bieten also zum einen den Zugang zu Informationen, indem sie diese übermitteln. Zum anderen sind sie ein Instrument zur Informationsverbreitung, das sie als Kommunikationsmittel charakterisieren.

Schon 1972 kategorisierte der Publizistikwissenschaftler HARRY PROSS die Einzelmedien. Im Mittelpunkt der Analyse stand dabei die Frage, inwiefern bei Sender und Empfänger Technik mit einbezogen werden muss, um Nachrichten zu streuen, zu empfangen oder zu kommunizieren. Die *Primärmedien* (1), welche ohne technische Hilfe auskommen, stehen für die menschliche Kommunikation. Diese findet persönlich und unmittelbar statt und äußert sich nicht

⁷⁰ Vgl. Bonfadelli, In: Bonfadelli et.al., 2005, S. 96

⁷¹ Pons Verlag, Online-Wörterbuch, Stichwort Medium

⁷² Vgl. Faulstich, 2004, S. 13

⁷³ Brockhaus Enzyklopädie, 2000, S. 2975

⁷⁴ Maletzke, 1998, S. 51

nur durch verbale Kommunikation, sondern auch durch nonverbale Zeichen wie Gestik und Mimik.⁷⁵

Als zweite Kategorie sind die *Sekundärmedien* (2) zu nennen. Diese verbreiten Nachrichten nur durch ein technisches Gerät.⁷⁶ Hierzu gehört beispielsweise die Gruppe der Printmedien, wie Zeitungen, Zeitschriften, Magazine, Bücher oder Werbeplakate. Der Kommunikationsempfänger bedarf keiner technischen Mittel, um die Nachrichten zu empfangen. Denn wie bei den Primärmedien nimmt er die Nachricht mithilfe seiner eigenen Sinneswahrnehmung auf.⁷⁷ Die letzte von PROSS beschriebene Medienkategorie sind die *Tertiärmedien* (3). Kommunikation benötigt hierzu technische Unterstützung: Dies betrifft den Sender und Empfänger gleichermaßen.⁷⁸ Als Beispiel können die elektronischen Medien, wie Radio, Fernseher, Telefon oder Mobiltelefon sowie Kassetten genannt werden. Die Übertragung der Kommunikation findet über Antennen statt.⁷⁹ Da die digitalen Medien bei PROSS erster Kategorienbildung noch nicht existierten, bedarf es an dieser Stelle einer Erweiterung. Die *Quartärmedien* (4) werden unter anderem von DAHINDEN & TRAPPEL anhand ihrer technischen Wechselseitigkeit beschrieben. Die digitalen Medien benötigen nicht nur technische Hilfsmittel zur Produktion der Information sowie ein Gerät auf Sender- und Empfängerseite. Auch die Übermittlung kann nur durch technische Hilfe, wie durch das Internet geschehen. Beispielfhaft können hier die E-Mail und der Chat genannt werden.⁸⁰ Quartärmedien besitzen, ebenso wie die Sekundär- und Tertiärmedien, massenmediale Eigenschaften. Überdies ermöglichen Quartärmedien einen schnellen Wechsel in die Individualkommunikation. Nachrichtensender und -empfänger sind dann die Einzigen, die an dieser Kommunikation teilhaben.⁸¹ Die sozialen Netzwerke können dabei als Repräsentanten der Quartärmedien gelten. Denn hier bestimmt der Nutzer selbst, welche Inhalte er mit dem gesamten Netzwerk, einer bestimmten Gruppe oder nur einer Person teilen möchte. Die folgende Abbildung illustriert die Medienkategorien und ihre Wirkweise noch einmal anschaulich:

⁷⁵ Vgl. Pross, 1972, S. 128 f.

⁷⁶ Vgl. Ebenda, 1972, S. 145 f.

⁷⁷ Vgl. Dahinden et.al, In: Bonfadelli et. al., 2005, S. 395

⁷⁸ Vgl. Pross, 1972, S. 224

⁷⁹ Vgl. Dahinden et.al, In: Bonfadelli et. al., 2005, S. 395

⁸⁰ Vgl. Ebenda, 2005, S. 395

⁸¹ Vgl. Dittmar, 2010, S. 38 f.

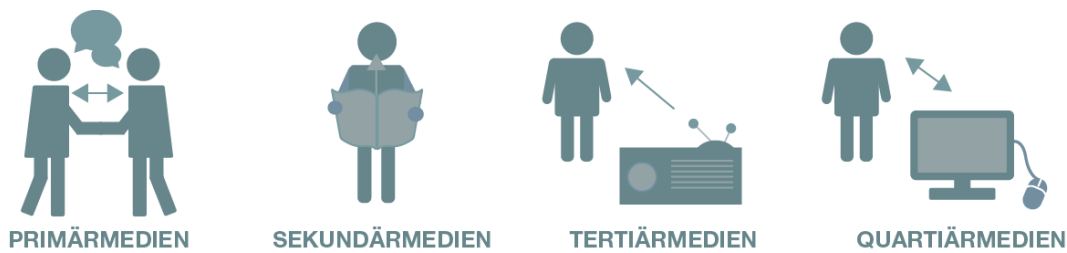


Abbildung 2: Die vier Medienkategorien

Quelle: In Anlehnung an Pross und Dahinden & Trappel, Eigene Abbildung

Der Großteil der Medien besteht folglich aus Instrumenten zur Massenkommunikation, wobei die neuen Internetmedien eine flexible Nutzung in Bezug auf die persönliche Kommunikation ermöglichen. In der vorliegenden Forschung werden Medien als Informationsüberbringer sowie Informationsträger verstanden. Kommunikation erhält durch das genutzte Medium eine Form. Das Medium bietet einen *Kanal* zur Informationsbeschaffung und zur Kommunikation.⁸² An dieser Stelle soll sich jedoch nicht vorab auf eine festgelegte Medienkategorie beschränkt werden. Die Untersuchung soll damit keine inhaltliche Einschränkung erfahren. Im Allgemeinen unterliegen somit Primär-, Sekundär-, Tertiär- und Quartärmedien der anschließenden Analyse.

Der Nerd scheint sich aufgrund seiner Technikaffinität insbesondere in den Quartärmedien zu bewegen. Daher gibt das nachfolgende Kapitel einen zusammenfassenden Überblick über die neuen medialen Erscheinungsformen. Zu diesem Zeitpunkt kann allerdings noch nicht ausgemacht werden, welche Form der Informationsbeschaffung oder Kommunikationsübermittlung der Nerd vorwiegend nutzt. Die nachfolgenden Informationen dienen lediglich dazu, einen Einblick in die Informations- und Kommunikationskanäle der Online-Welt zu geben.

⁸² Vgl. Faulstich, 2004a, S. 13

3.2 Online-Medien im Fokus

Immer mehr Menschen rufen Informationen über das World Wide Web ab.⁸³ Dieses allgemeine Informationsverhalten führte zu einer stetigen Bereicherung der Online-Medien. In der Folge dieser Entwicklung wandelte sich auch die Kommunikations- und Informationskultur. Vielen Unternehmen bereitet dieser Umstand Sorgen, denn die Erreichbarkeit der Zielgruppe wird durch die neuen, digitalen Kommunikations- und Informationskanäle erschwert.⁸⁴ Hier stellt sich die Frage, auf welche Art und Weise die Kommunikation im Internet funktioniert und welche Kanäle zur Informationsbeschaffung derzeit existieren. Dieses Kapitel benennt und beschreibt einige der relevantesten digitalen Informationsmedien unserer Zeit.

Im Jahr 2012 verschickten von weltweit 2,4 Milliarden Internet-Usern 2,2 Milliarden Nutzer durchschnittlich 144 Milliarden *E-Mails* täglich.⁸⁵ Dies fand das schwedische Webanalyse- und Hosting-Unternehmen *Pingdom* zu Beginn des Jahres 2013 heraus. Entgegen aller Gerüchte⁸⁶ scheint die E-Mail ein noch immer gefragtes Kommunikationsmedium zu sein.

Die E-Mail übermittelt Informationen unabhängig von der Uhrzeit und wirkt weniger störend als Live-Medien wie Chats und Messenger⁸⁷. Das asynchrone Medium dient der Kommunikation von mindestens zwei Personen.⁸⁸ Doch auch als reiner Informationsüberbringer findet die E-Mail ihre Verwendung. Der *Newsletter*, auch *elektronischer Neuigkeitenbrief* genannt, gilt als eine Sonderform der Mailing-Liste.⁸⁹ Der Sender übermittelt also via E-Mail ausgewählte Informationen an seine Kunden oder Interessenten.⁹⁰ Der Newsletter übermittelt dem Abonnenten in regelmäßigen Abständen Informationen über ein bestimmtes Interessengebiet oder ein Unternehmen in sein E-Mail Postfach. Das Abonnement dieser Newsletter ist dabei in den meisten Fällen kostenlos. Gerade für Unternehmen sind sie heutzutage ein wichtiges Tool

⁸³ Vgl. Schmidt, 2011

⁸⁴ Vgl. Braun-Görtz: In Lembke et. al, 2012, S. 11

⁸⁵ Vgl. Pingdom, 2013

⁸⁶ Vgl. Hartert, 2011

⁸⁷ Siehe Glossar

⁸⁸ Vgl. Kielholz, 2008, S.13

⁸⁹ Siehe Glossar

⁹⁰ Vgl. Balzert et. al. In: Balzert et.al., 2005, 62

zur Kundenbindung, da sie als „*effizienteste Form der Online-Werbung*“⁹¹ gelten.

Doch nicht nur über die klassische E-Mail können Informationen ausgetauscht werden. Eine neue Form der Online-Kommunikation bilden die *sozialen Netzwerke*. Über die virtuellen Plattformen, treten Personen in Kontakt, um so ihr persönliches Netzwerk zu vergrößern.⁹² Heute sind nicht mehr nur Privatpersonen an dieser Form der Kommunikation interessiert. Auch immer mehr Firmen nutzen die Netzwerke, um Informationen zu streuen und mit Interessenten in Kontakt zu treten.⁹³

Nach HIPPNER ist das soziale Netzwerk eine:

„webbasierte Anwendungen, die für Menschen den Informationsaustausch, den Beziehungsaufbau und die Kommunikation in einem sozialen Kontext unterstützen [...]“⁹⁴

Über das Internet knüpfen Menschen also Kontakte, sammeln und tauschen Informationen oder pflegen Beziehungen. In Deutschland bilden dafür die sozialen Netzwerke Facebook, Google+ und XING die beliebtesten Anlaufpunkte.⁹⁵

Im Rahmen der Online-Medien ist weiterhin das *Blog* zu nennen, das eine Informationsquelle im Internet darstellt. Zusammengesetzt aus den Worten *Web* und *Log*, was übersetzt Logbuch oder Tagebuch bedeutet⁹⁶, veröffentlichen (bloggen) seit 1994 Personen (Blogger) Artikel im Internet.⁹⁷ Eine allgemeingültige Definition des Begriffes lässt sich im wissenschaftlichen Diskurs schwer ausmachen. Dennoch besteht Einigkeit über die Eigenschaften eines Blogs. Unter anderem ist er thematisch eingegrenzt und spricht daher auch nur eine mit dem Thema verbundene Zielgruppe an. Ein Weblog war ursprünglich eine privat geführte Webseite. Heute sind jedoch auch Unternehmen darum bemüht, einen Blog zu führen. Dieser bietet ihnen die Möglichkeit der direkten Kommunikation mit ihrer Zielgruppe.⁹⁸ Blogs müssen

⁹¹ Kielholz, 2008, S. 170

⁹² Vgl. Kielholz, 2008, S. 64

⁹³ Vgl. Bitkom (B), 2012, S. 3

⁹⁴ Hippner, In: Hildebrand et.al, 2006, S. 7

⁹⁵ Vgl. Brandt, 2013

⁹⁶ Vgl. Hettler, 2010, S. 43

⁹⁷ Vgl. Zarella, 2005 S.15

⁹⁸ Vgl. Ebenda, 2005, S. 3

nicht ausschließlich auf schriftlicher Kommunikation basieren. Videoblogs, wie *YouTube*, erfreuen sich ebenso großer Beliebtheit.⁹⁹

Eine neuartige Form des *Bloggens* ist das sogenannte *Microblogging*. Diese Form der Informationsverbreitung zielt weniger darauf ab, umfangreiche Inhalte zu verbreiten. Vielmehr geht es darum, die Informationen schnell und mit wenigen Worten zu verbreiten. Auf *Twitter* komprimieren die Nutzer ihre Mitteilungen auf 140 Zeichen, um sie im Anschluss zu *twittern* (zwitschern). Die kurzen Texte, *Tweets* genannt, beinhalten häufig externe Links sowie interne Verweise auf andere Twitter-Seiten. Ist eine Information für eine weitere Person von Interesse kann diese in das eigene Netzwerk gestreut werden (*Re-tweet*). Dadurch erhält die Information eine größere Reichweite und der *Twitterer* kann damit sein Netzwerk durch zusätzliche *Follower* vergrößern.¹⁰⁰

Eine weitere webbasierte Kommunikations- und Informationsplattform ist das *Online-Forum*. Hauptsächlich der Gruppenkommunikation dienlich, lebt es von der Interaktion seiner Teilnehmer. Solche Plattformen erhalten dadurch große Mengen an Wissen, welches nach zeitlicher Reihenfolge abgerufen werden kann. Hierin liegt auch der Vorteil des Forums. Da ältere Beiträge nicht gelöscht werden, ist der Kommunikationsverlauf nachvollziehbar.¹⁰¹

Bevor nun mit den Hintergründen zur Datenerhebung begonnen werden kann, fasst das nachfolgende Kapitel die wichtigsten theoretischen Erkenntnisse noch einmal kurz zusammen.

⁹⁹ Vgl. Balzert et. al. In: Balzert et.al., 2005, S. 115

¹⁰⁰ Vgl. Heymann-Reder, 2011, S. 127

¹⁰¹ Vgl. Balzert et. al., In: Balzert et.al., 2005, 97

4 Zusammenfassung der theoretischen Erkenntnisse

Das Hauptanliegen der vorliegenden Forschung ist die Beantwortung der folgenden Frage: *Welche Medien nutzt der Softwareentwickler, um fachspezifische Informationen zu erhalten und warum nutzt er diese?* Zu diesem Zweck wurde zunächst die Person des Nerd näher beschrieben, denn dieser repräsentiert laut der populärwissenschaftlichen Literatur den heutigen Softwareentwickler. Er ist laut Definitionen ein eher ruhiger, wenig anspruchsvoller und intelligenter Mensch, der zunehmend Popularität genießt. An Beispielen wie Bill Gates oder Steve Jobs ist zu erkennen, dass der Nerd durchaus zu einem erfolgreichen Geschäftsmann avancieren kann.

Auch die Medien haben sich im Laufe der letzten Jahrzehnte weiterentwickelt. Der Nachrichtenaustausch findet nicht mehr nur über Primär-, Sekundär- und Tertiärmedien statt. Seit der Einführung des Computers haben die Quartärmedien ebenfalls einen bedeutenden Platz im alltäglichen Leben eingenommen. Auch Unternehmen müssen sich den neuen Medien anpassen. Die digitale Kommunikations- und Informationsquelle bedeutet eine neue Herausforderung im Hinblick auf ihre Werbe- und Kommunikationskonzepte. Durch die vielfältigen Kommunikationswege wird es trotz aller Vorteile der Quartärmedien immer schwieriger, seine Zielgruppe adäquat zu erreichen.

Mit einer geeigneten Untersuchungsmethode soll herausgefunden werden, welche Kanäle der Softwareentwickler wahrnimmt, um an Informationen zu gelangen und Nachrichten zu verbreiten. Die Erkenntnisse dieser Arbeit verfolgen dabei das Ziel, geeignete Handlungsmöglichkeiten für Unternehmen abzuleiten.

Der nachfolgende Teil dieser Masterarbeit beschäftigt sich mit der relevanten Untersuchungsmethode und geht auf das ausgewählte Forschungsfeld ein. Wie die Informationen zur Beantwortung der Forschungsfrage gesammelt werden und diese nach der Datenerhebung aufzubereiten und auszuwerten sind, klärt das folgende Kapitel ebenso, wie die Abgrenzung zu einer quantitativen Forschungsmethode.

5 Methodik und Forschungsdesign

„Erst zweifeln, dann untersuchen, dann entdecken!“
Henry Thomas Buckle († 1862), engl. Kulturhistoriker

Um ein Forschungsziel zu erreichen, die Forschungsfragen zu beantworten, neue Erkenntnisse zu schaffen oder subjektive Sichtweisen zu erhalten, bietet die empirische Sozialforschung unterschiedliche Methoden. Die vorliegende Arbeit beschränkt sich auf das Feld der qualitativen Sozialforschung. Warum diese Entscheidung getroffen wurde, was diesen Forschungsansatz und die für die Forschung relevante Datenerhebungsmethode und Auswertung ausmacht, wird nachfolgend erläutert. Zusätzlich soll das qualitative methodologische Forschungsvorgehen von der quantitativen Forschungsmethodik abgegrenzt werden.

5.1 Forschungsansatz qualitative Sozialforschung

Ist eine spezielle Lebenssituationen einer bestimmten Person tiefer zu analysieren, sind qualitative Forschungsmethoden der quantitativen Sozialforschung vorzuziehen. In der heutigen Zeit finden qualitative Methoden immer mehr Zuspruch. Vor allem die Sozialwissenschaften wissen diese Untersuchungsmethode zu schätzen. Mit dieser Methode können nicht nur objektive Informationen über das Forschungsinteresse gewonnen werden, sondern auch Erkenntnisse über subjektive Sichtweisen der Probanden. Damit besteht die Möglichkeit, persönliches Wissen und einen tieferen Einblick in die eigene Welt der Untersuchungsperson zu erhalten. Exemplarisch ist hier die Phänomenologie¹⁰² anzuführen. Zudem sind zwei weitere Forschungsperspektiven zu nennen, welche mit der Phänomenologie das Grundgerüst qualitativer Forschung bilden. Dazu gehört unter anderem der Konstruktivismus, der Einblicke in Alltagssituationen bietet und damit soziale Tatsachen sichtbar macht. Durch interpretative Techniken¹⁰³, können verborgene und nicht erkannte Gefühle eines Betroffenen herausgefiltert werden. Diese drei Perspektiven verlangen unterschiedliche qualitative Datenerhebungs- und Interpreta-

¹⁰² Laut LAMNEK beschäftigt sich die Phänomenologie mit „der Lehre von Erscheinungen; in der wörtlichen Übersetzung befasst sie sich mit allem, was klar vor uns liegt.“ Damit gilt es, die „soziale Wirklichkeit“ bestmöglich zu erfassen. Lamnek, 2005, S. 48

¹⁰³ Beispielsweise der Psychoanalyse

tionsmethoden.¹⁰⁴ LAMNEK definiert sechs Prinzipien, an die qualitative Sozialforschung gekoppelt ist. Mittels qualitativer Forschung sind Hypothesen zu generieren. Damit ist der Forscher angehalten, bis zum Ende des Untersuchungszeitraumes den sich ergebenden Entwicklungen während der Forschung *offen (1)* gegenüberzutreten.¹⁰⁵

Als zweites Prinzip nennt LAMNEK die *Forschung als Kommunikation (2)*. Die kommunikative Interaktion zwischen Forscher und Untersuchungsperson ist ein wesentlicher Bestandteil des qualitativen Forschungsprozesses. Gelingt es dem Forscher eine alltägliche Kommunikationssituation zu schaffen, sind Informationen des Betroffenen einfacher zu erhalten.¹⁰⁶ Zudem wird die Forschung als Kommunikationsprozess verstanden, welchen Lamnek als *Prozesscharakter von Forschung und Gegenstand (3)* bezeichnet. Dieser Kommunikationsprozess ist situativ veränderbar und an keine standardisierten Regeln geknüpft. Auch die *Reflexivität von Gegenstand und Analyse (4)* spielt eine Rolle. Sie äußert sich in einer zirkulären Strategie des Forschungsprozesses, um eine gezielte Rücküberprüfung des Forschungsgegenstandes mit der Analyse zu ermöglichen. Des Weiteren geht LAMNEK auf die Forderung der *Explikation (5)* ein. Dies erfordert, die Vorgehensweise der Untersuchung bis hin zur Auswertung offenzulegen und die theoretischen Regeln, welche die Grundlage bilden, zu erläutern. Ziel der Explikation ist die Nachvollziehbarkeit der Dateninterpretation und die intersubjektive Verständlichkeit der Forschungsergebnisse. Die Explikation ist jedoch kritisch zu betrachten. So ist die Gültigkeit des Interpretationsergebnisses trotz umfangreicher Explikation nicht vollkommen sichergestellt.¹⁰⁷

Als letztes Prinzip der qualitativen Sozialforschung benennt LAMNEK die *Flexibilität (6)*. Die Exploration gibt dem Forscher die Freiheit und Flexibilität, neue Untersuchungserkenntnisse in die weitere Analyse zu integrieren, in eine vorher ungeahnte Richtung zu wechseln oder die Relevanz von wichtigen Daten neu zu definieren. Diese Unabhängigkeit lässt den Forscher innerhalb seines Forschungsfeldes freier interagieren. Im Laufe der Untersuchung ist es je-

¹⁰⁴ Vgl. Flick et.al., In: Flick et. al., 2012, S. 15 ff.

¹⁰⁵ Vgl. Lamnek, 2005, S. 21

¹⁰⁶ Vgl. Ebenda, 2005, S. 22

¹⁰⁷ Vgl. Lamnek, 2005, S. 23 f.

doch ratsam, den Forschungsstand kontinuierlich Einzugrenzen und zu konkretisieren.¹⁰⁸

Um die Entscheidung für die Verwendung der vorliegenden Forschungsmethode besser verstehen zu können, werden nachfolgend einige Unterschiede zwischen qualitativer und quantitativer Forschung dargestellt.

5.2 Abgrenzung zur quantitativen Forschung¹⁰⁹

STRAUSS erklärt:

„In der quantitativen Forschung setzt man für die Analyse von Daten statistische Verfahren oder andere mathematische Operationen ein. In der qualitativen Forschung werden mathematische Verfahren dafür überhaupt nicht oder nur in geringem Umfang angewandt, obwohl sicherlich auch hier ansatzweise oder implizit gezählt und gemessen wird [...].“¹¹⁰

Er verdeutlicht wohl einen der grundlegendsten Unterschiede der beiden Forschungsmethoden. Eine Unterscheidung der jeweiligen Forschungsansätze ergibt sich jedoch nicht nur aufgrund der Vielzahl von mathematischen Operationen. Auch anhand der Standardisierungsstärke der Untersuchung sowie der Funktion des Forschers, sind wichtige Abgrenzungen zu erwähnen. Während der Forscher bei der quantitativen Methode den Untersuchungsgegenstand objektiv betrachtet, wird bei der qualitativen Methode die subjektive Wahrnehmung zu Interpretations- und Analysezwecken im Hinblick auf das Untersuchungsergebnis berücksichtigt.

Die quantitative Forschung zielt zudem auf eine Vergleichbarkeit der Ergebnisse ab. Erforderlich sind hierfür einheitliche Fragen sowie deren genormte Antwortvorgaben. Dies setzt quantitativen Methoden Grenzen bezüglich der Offenheit und Flexibilität. Weniger Reglements haften der qualitativen Forschungsmethode an. Will der Forscher hinter die Fassade eines Untersuchungsgegenstandes schauen, um beispielsweise tiefergehende Meinungen

¹⁰⁸ Vgl. Lamnek, 2005, S. 25

¹⁰⁹ In vorliegendem Kapitel kann keine allumfassende Abgrenzung von qualitativer und quantitativer Forschung geliefert werden. Dies würde den Rahmen der Arbeit übersteigen. Für weiterführende Informationen verweise ich auf das Werk *Qualitative Sozialforschung* von den Herausgebern Flick, von Kardorff und Steinke. Es sind hier lediglich einige wichtige Unterscheidungen angeführt, welche zur Festlegung der eigentlichen Forschungsmethode vorliegender Arbeit dienlich waren.

¹¹⁰ Strauss, 1998, S. 26

und Handlungsweisen der betreffenden Person erörtern, ist die qualitative Methode zu empfehlen.¹¹¹

Diese Forschungsweise nähert sich der *Wirklichkeit* des Betroffenen an und kann damit die *soziale Realität* des Betroffenen besser beschreiben. Anzu-merken ist an dieser Stelle, dass die beiden Forschungsansätze nicht aus-schließlich für sich alleine stehen müssen. Qualitativ erhobene Daten sind von einer Quantifizierung nicht ausgeschlossen. Diese muss jedoch auf Grundlage der qualitativen Daten erfolgen.¹¹² Häufig dient die Kombination von qualitativen und quantitativen Forschungsansätzen der Komplettierung einer Untersuchung. Dies betrifft insbesondere Forschungsthemen über psy-chisch kranke Personen. In diesem Fall sind beide Methoden nützlich, um Forschungsfragen zu beantworten. Eine Hypothesenformulierung zu Beginn der Untersuchung dient beispielsweise als Basis für weitergehende quantita-tive Untersuchungen. Auch nach Abschluss einer quantitativen Studie, kann eine anschließende qualitative Untersuchung zur Vertiefung der Erkenntnisse hilfreich sein.¹¹³

Wie Kapitel 1.2 erklärt, verfolgt diese Arbeit zwei bestimmte Ziele: Einerseits ist zu erforschen, wie sich der Nerd Informationen beschafft und über welche Medien er diese erhält. Andererseits soll die Arbeit Aufschluss über die Hin-tergründe der typischen Verhaltensweisen des Nerd bei der Informationsbe-schaffung geben. Damit sind nicht nur allgemeingültige und objektive Aussa-gen zentraler Faktor dieser Arbeit. Insbesondere die subjektiven Sichtweisen und Handlungsmuster von Softwareentwicklern zählen zum Forschungsge-genstand. Mit einem quantitativen Forschungsansatz wären die subjektiven Sichtweisen der Untersuchungspersonen nicht zu evaluieren. Die eingangs erwähnte Forschungsfrage in diesem Fall nicht zu beantworten.

Welche Datenerhebungsmethode sich für die vorliegende Forschung anbie-tet, um die individuelle Meinung und den persönlichen Standpunkt zu erfah-ren, wird nachfolgend erläutert.

¹¹¹ Vgl. Flick et.al., In: Flick et.al, 2012, S. 25

¹¹² Vgl. Hopf, In: Hopf et.al., 1993, S. 14

¹¹³ Vgl. Flick et.al., In: Flick et.al, S. 25 f.

5.3 Datenerhebungsmethode: Qualitative Interviews

Zu den typischen Verfahrensweisen qualitativer Forschungsmethoden gehören unter anderem Beobachtungen, Befragungen und die Dokumentenanalyse.¹¹⁴

Qualitative Interviews setzen sich gezielt mit der Untersuchungsperson und der Informationsvermittlung auseinander. Sofern Spezialwissen bestimmter Zielgruppen gefragt ist, generieren qualitative Interviews breitere Erkenntnisse. Eine hierfür besonders gut geeignete Methode ist die Expertenbefragung. Auch als Basis der Biographieforschung, Gender-Studies sowie Studien mit beruflichem Kontext kommen Experteninterviews zum Einsatz. Der Forschungsgegenstand ist bei der Wahl der Interviewmethode zu berücksichtigen, denn je nachdem wie präzise eine Information benötigt wird, passt sich der Standardisierungsgrad des qualitativen Interviews der Situation an.¹¹⁵

Qualitative Interviews sind entweder nicht-standardisiert, halb-standardisiert oder (voll)standardisiert. Das nicht-standardisierte Interview ist sowohl auf der Seite des Interviewers als auch auf der Seite des Befragers offen. Es werden keine vorab definierten Fragen und Antworten in das Interview eingebracht.

Beim halb-standardisierten Interview werden vorgefertigte Fragen in das Interview eingebracht. Der Befragte antwortet jedoch intuitiv, ohne eine Einschränkung durch vorgegebene Antwortmöglichkeiten zu erfahren. Die unflexibelste Methode ist das standardisierte Interview. Dieses besitzt eine starre Struktur. Die Fragen und ihre Reihenfolge sind festgelegt und durch geschlossene Fragen wird der Befragte in seiner Antwortmöglichkeit eingegrenzt.¹¹⁶ Weiterhin merkt ATTESLANDER an, dass gerade ein schwer fassbarer Forschungsgegenstand mit der Durchführung eines derart stark strukturierten Interviews nicht zu erfassen ist.¹¹⁷ Daher findet diese Interviewmethode weniger in der qualitativen als in der quantitativen Sozialforschung Anwendung. Damit ist sie für die vorliegende Arbeit nicht relevant.

Die oben genannte halb-standardisierte Interviewmethode, oftmals auch teilstandardisierte Methode genannt, ist in drei Interviewformen aufgegliedert. Dazu zählen das Leitfadeninterview, das offene sowie das narrative Interview.

¹¹⁴ Vgl. Hopf, In: Hopf et.al., 1993, S. 15

¹¹⁵ Vgl. Hopf, In: Flick et.al., 2012, S. 349 f.

¹¹⁶ Vgl. Gläser et.al., 2009, S. 41

¹¹⁷ Vgl. Atteslander, 2010, S. 134 f.

Die Unterscheidung ergibt sich maßgeblich aus der Nutzung eines Gesprächsleitfadens, welcher die relevanten Gesprächsthemen aufführt. Bei einem Leitfadeninterview sind alle aufgeführten Fragen zu beantworten. Die Interviewsituation ist dabei entscheidend für die Reihenfolge und Artikulation. Spontane Nachfragen bereichern das Leitfadeninterview und komplettieren die Antworten. Der Leitfaden dient nicht als strenges Reglement. Vielmehr hilft er dem Interviewer bei der Durchführung des Interviews.¹¹⁸

Das offene Interview wird angewendet, wenn ein vorgeschriebenes Thema zu bearbeiten ist. Dabei wird jedoch ohne Leitfaden gearbeitet. Der Interviewer sucht sich in den Interviews die für die Forschung relevanten Themen heraus und befragt spontan. Auch narrative Interviews benötigen keinen Leitfaden. Der Interviewer beschränkt sich während des Interviews zunächst auf die Rolle des Zuhörers, wobei erzählgenerierende Fragen nicht gänzlich auszuschließen sind.¹¹⁹

Für die vorliegende Forschung, wurde aus der halb-standardisierten Interviewmethode das leitfadengestützte Interview gewählt. Es ist zwar wichtig, den Interviewpartner zu Wort kommen zu lassen, um subjektive Sichtweisen zu erhalten. Jedoch werden auch konkrete Antworten benötigt, die zur Beantwortung der Forschungsfrage führen.

Die nächsten Kapitel stellen das für die Untersuchung relevante, leitfadengestützte Experteninterview vor.

5.3.1 Leitfadengestütztes Experteninterview

Das Experteninterview beschäftigt sich laut GLÄSER und LAUDEL mit „der Rekonstruktion von sozialen Sachverhalten“¹²⁰. Daher ist es sinnvoll mithilfe eines Gesprächsleitfadens¹²¹ alle relevanten Aspekte, die zur Analyse des Forschungsgegenstandes dienlich sind, zu evaluieren. Zudem sollte das Interview dem Befragten die Möglichkeit geben, frei und aus eigener Perspektive heraus zu antworten. GLÄSER und LAUDEL klassifizieren das Experteninterview daher als nicht-standardisierte, leitfadengestützte Interviewmethode.¹²²

¹¹⁸ Vgl. Hopf, In: Flick et. al., 2012, S. 356

¹¹⁹ Vgl. Gläser et.al., 2009, S. 41 f.

¹²⁰ Ebenda et.al., 2009, S. 43

¹²¹ Siehe Anhang B - Interviewvorbereitung

¹²² Vgl. Gläser et.al., 2009, S. 112

Ein Experteninterview bringt jedoch nur dann den gewünschten Mehrwert, wenn feststeht, wer als Experte fungiert und wer nicht. Daher ist zunächst der Expertenbegriff zu konkretisieren. Die konsultierte Literatur hält einige Definitionen des Expertenbegriffes bereit. Eine allgemeingültige Begriffsbestimmung besteht indes nicht.¹²³

Nach HOPF sind Experten „[...] Spezialisten für bestimmte Konstellationen [...]“¹²⁴. GLÄSER und LAUDEL bauen auf diese Definition auf und beschreiben den Experten hinsichtlich seiner Rolle als Interviewpartner als eine „Quelle von Spezialwissen über die zu erforschenden sozialen Sachverhalte.“¹²⁵

Die vorliegende Arbeit sieht im Experten einen Informationsvermittler, der Wissen preisgeben soll, worüber er durch seine Berufung verfügt. Die Experten sind in dieser Masterarbeit Softwareentwickler, die als Informanten durch ein Interview Sichtweisen bezüglich des Informations- und Kommunikationsverhaltens vermitteln sollen.

Das Experteninterview gleicht einem Alltagsgespräch. Dazu ist ein Grundverständnis über die Thematik, insbesondere der Lebenswelt des Softwareentwicklers essentiell. Trotzdem müssen sich beide Interviewbeteiligten an die Interviewsituation anpassen. Der Interviewer ist der aktive Frager. Er dirigiert die Kommunikation und muss während des Gesprächs die relevanten Informationen erhalten. Der Interviewpartner ist dazu angehalten, Erzählaufforderungen wahrzunehmen und sich auf die Interviewsituation einzulassen.¹²⁶

Da die Vorkenntnisse des Forschers oftmals nur aus wissenschaftstheoretischen Quellen stammen, ist eine für die Zielgruppe passende Formulierung des Forschungsinteresses des nicht immer zu realisieren. Während des Gesprächs muss sich der Interviewer weitestgehend dem Sprachstil des Experten anpassen, da dieser verstehen muss, worauf der Interviewer mit seinen Fragen und Anmerkungen abzielt. Durch eine spezifische Einarbeitung sowie dem kontextbezogenen- und situativen Verzicht von Wissenschaftlichkeit und theoretischen Begriffen, wird eine angenehme Interviewatmosphäre geschaffen und Verwirrung auf Expertenseite vermieden.¹²⁷

¹²³ Vgl. Hellferich, 2011, S. 163

¹²⁴ Hopf, In: Hopf et.al., 1993, S. 15

¹²⁵ Gläser et.al., 2009, S. 12

¹²⁶ Vgl. Hopf, zitiert nach Gläser et.al. 2009, S. 113

¹²⁷ Vgl. Gläser et.al. 2009, S. 112-113

Das Experteninterview ist eine Herausforderung für den Forscher und schon im Vorfeld mit viel Aufwand verbunden, denn die adäquate Auswahl der Experten entscheidet über Gelingen oder Scheitern der Interviews. Nur wenn der Experte in der Lage ist, die Forschungsfragen zu beantworten, kann die Untersuchung erfolgreich sein. Das folgende Kapitel beschreibt, welche Fragen gestellt werden müssen, um passende Interviewpartner auszuwählen.

5.3.2 Die Entscheidung der Stichprobe und Expertensuche

Die Stichprobe für vorliegende Arbeit beruht auf der Auswahl der sogenannten *typischen Fälle*. Hierzu spielt das persönliche Ermessen eine große Rolle, denn anhand von vordefinierten Kriterien werden die Untersuchungspersonen ausgewählt, die das zu erforschende Feld bestmöglich abbilden.¹²⁸

GORDEN hält diese Gedanken in vordefinierten Fragen fest, die eine bewusste Entscheidung unterstützen und die Suche erleichtern. Hierzu stehen die Entscheidungen darüber im Fokus, welche Person die benötigten Informationen vermitteln kann und bereit ist diese weiterzugeben, wer die Informationen überhaupt besitzt und wer von den ausgewählten Personen zur bestimmten Zeit erreichbar ist.¹²⁹

Um verlässliche Informationen zu erhalten, sollte der Experte sowohl Berufserfahrung als auch Erfahrung im Entwicklerumfeld aufzuweisen. So favorisierte die Auswahl Softwareentwickler, die nicht mit einem überdurchschnittlich hohen Arbeitspensum belastet sind. Sie sind zeitlich flexibler, können sich besser auf das Interview vorbereiten und treten der Interviewsituation entspannter gegenüber. Gänzlich auszuschließen ist ein Experte, der als leitende Persönlichkeit tätig ist oder einen gewissen Bekanntheitsgrad in der Computer-Szene aufweist jedoch nicht. Da der Interviewzeitraum für die vorliegende Forschung eine zeitliche Beschränkung aufwies, waren zunächst die Interviewkandidaten zu bevorzugen, welche im gewünschten Untersuchungszeitraum verfügbar waren.

¹²⁸ Gläser, et. al., 2009, S. 97 f.

¹²⁹ Vgl. Gorden, 1975, S. 196 f., zitiert nach: Gläser et. al., 2009, S. 117

Die Stichprobenauswahl beläuft sich daher auf zehn Experten, deren Interviews alle transkribiert¹³⁰ und ausgewertet¹³¹ wurden. Im Einzelnen handelt es sich um folgende Stichproben:

Fall	Experte Nr.	Beruf
A	1	Head of Software & Technology
B	2	Selbständiger Softwareentwickler
C	3	Angestellter Softwareentwickler
D	4	Angestellter Softwareentwickler
E	5	Angestellter Softwareentwickler
F	6	Angestellter Softwareentwickler
G	7	Angestellter Softwareentwickler
H	8	Angestellter Softwareentwickler- und IT-Consultant
I	9	Angestellter Softwareentwickler
J	10	Angestellter Softwareentwickler

Tabelle 1: Experten vorliegender Forschung

Alle zehn Experten studierten Informatik-, Physik oder Wirtschaftsinformatik. Sie gehen derzeit einer Arbeit als angestellter Softwareentwickler nach oder sind als freie Entwickler tätig. Die erste Kontaktaufnahme fand persönlich, via E-Mail oder das Business-Netzwerk XING statt. Über diese Plattform waren fachliche als auch berufliche Qualifikationen vorab überprüfbar. So wurde sichergestellt, dass der ausgewählte Interviewpartner die gewünschten Kriterien erfüllt.

Nach dem ersten Kennenlernen und einer Erklärung des Interviewvorhabens wurde ein Interviewtermin vereinbart. Zur Vorbereitung auf das Interview wurde den Experten ein Informationsdokument¹³², welches einen Überblick über den Interviewschwerpunkt gab, übermittelt.

¹³⁰ Siehe Anhang B: Interviewvorbereitung

¹³¹ Siehe Anhang D: Datenauswertung

¹³² Siehe Anhang B: Interviewvorbereitung

5.3.3 Interviewdurchführung und Auswertungsvorbereitung

Die zwischen April 2013 und August 2013 durchgeführten Interviews fanden auf freiwilliger Basis der Experten und im Rahmen der vorliegenden Masterarbeit statt. Die Interviews der Experten erfolgten an öffentlichen Orten. Nach Einverständnis des Befragten zeichnete ein Diktiergerät die Gespräche auf. Durch die auditive Dokumentation wurde sichergestellt, dass alle Informationen bei Unklarheiten überprüft werden können und das Mitschreiben durch den Interviewer entfällt. Der Interviewer konnte sich somit ausschließlich auf die Interviewsituation konzentrieren. Ein Gedächtnisprotokoll musste daher nach den Interviews nicht erstellt werden.



Abbildung 3: Expertensuche, Interviewdurchführung, Transkribierung
Quelle: Eigene Abbildung

Die aufgenommenen Interviews wurden mit der Transkriptionssoftware *f4* in die Schriftform übertragen. Die Transkription folgte der Standardorthographie. Für die vorliegende Forschung konnten Phonetik, Dialekte oder Notationszeichen vernachlässigt werden.¹³³ Alle Interviews wurden vollständig transkribiert, ohne Textpassagen wegzulassen oder zusammenzufassen. Nach der Transkription der Interviews folgte die Auswertung des Datenmaterials. Das sich anschließende Kapitel erklärt das Vorgehen der relevanten Auswertungsmethode.

¹³³ Sprachwissenschaftliche Auffälligkeiten, wie sie KOWAL & O'CONNEL beschreiben, finden bei der Standardorthographie keine Berücksichtigung. Vgl. Kowal et.al, In: Flick et.al., 2012, S. 438 ff.

5.4 Auswertungsmethode: Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring

Die vorliegende Untersuchung stützt sich zur Datenauswertung auf eine schon seit mehr als dreißig Jahren erprobte Auswertungsmethode, die Methode der qualitativen Inhaltsanalyse.¹³⁴

Von MAYRING entwickelt, zielt die Inhaltsanalyse grundlegend darauf ab, das Datenmaterial aus einer kommunikativen Erhebungssituation zu analysieren. Sie ist jedoch mehr als eine reine Kommunikationsanalyse. MAYRING beschreibt die Inhaltsanalyse als eine Methode, die den Kommunikationsprozess an sich und die in Schriftform festgehaltene Kommunikation analysiert. Es wird also nicht mehr nur das zugrunde gelegte niedergeschriebene Material bei der Auswertung berücksichtigt. Vielmehr wird auch der Erhebungsprozess selbst betrachtet. Die Inhaltsanalyse verfolgt das Ziel, anhand der untersuchten Daten, Rückschlüsse auf bestimmte Kommunikationsaspekte zu ziehen.¹³⁵

Die vorliegende Forschung orientiert sich zur Auswertung der Daten an der *zusammenfassenden Inhaltsanalyse mit induktiver Kategorienbildung*.¹³⁶

Bevor mit der inhaltsanalytischen Auswertung begonnen werden kann, sind laut MAYRING fünf Arbeitsschritte zu beachten. Diese legen die Entscheidung der Analysetechnik zugrunde und ziehen die Inhaltsanalyse von Beginn an in die Forschung mit ein. Hierzu gehören die Materialfestlegung (Kapitel 5.3.2), das Beschreiben der Entstehungssituation des Materials (Kapitel 5.3.3) sowie die Charakterisierung des auszuwertenden Materials (Kapitel 5.3.3)¹³⁷. Zudem sind die Analyserichtung (Kapitel 1.2) und die Fragestellung (Kapitel 1.2) zu formulieren.¹³⁸

Die *zusammenfassende Inhaltsanalyse* reduziert das Datenmaterial, indem in erster Instanz irrelevante Textpassagen, wie die Begrüßung, der Schluss oder thematisch Unwichtiges herausgestrichen werden. So entsteht ein überschaubarer Text, der trotz Reduktion keinen inhaltlichen Verlust verzeich-

¹³⁴ Vgl. Mayring, 2010, S. 7

¹³⁵ Vgl. Ebenda, 2010, S. 11 - 13

¹³⁶ Mayring unterscheidet ferner in die strukturierende Inhaltsanalyse mit deduktiver Kategorienbildung und der Explikation, der sogenannten Kontextanalyse. Vgl. Mayring, 2010, S. 65 f. Weiterführend zu diesem Thema ist das Werk *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*, von Mayring zu empfehlen.

¹³⁷ Vgl. Mayring, 2010, S. 52 f.

¹³⁸ Vgl. Ebenda, 2010, S. 56 f.

net.¹³⁹ Die induktive Kategorienbildung impliziert eine Wissenserweiterung durch die Materialuntersuchung. Im Gegensatz zum deduktiven Verfahren, gewinnt das induktive Verfahren erst mit der Analyse des Materials Erkenntnisse, welche zur Beantwortung der Forschungsfrage nötig sind. Eine deduktive Vorgehensweise fordert die vorherige Festlegung der Kategorien, anhand derer das erhobene Material durchsucht werden müsste. Dies bedeutet eine Einschränkung, denn mögliche Faktoren, welche die Forschungsfrage beantworten könnten, finden keine Beachtung.¹⁴⁰

Die Entscheidung zur Auswahl der Methode der *zusammenfassende Inhaltsanalyse* beruht auf Folgendem: Das Datenmaterial der transkribierten Interviews enthält mitunter Bestandteile, die für die Beantwortung der Forschungsfrage unbedeutend sind. Der umfangreiche Text muss auf das Wesentliche gekürzt werden. Zudem ist dem Datenmaterial offen gegenüberzutreten.

Die Untersuchung der transkribierten Interviews fand in diesem Sinne schrittweise und chronologisch nach ihrem Erhebungszeitraum statt. Informationen, die zur Beantwortung der Forschungsfrage dienten, erhielten daraufhin ihre Kategorieneinteilung. Dafür wurden die Textpassagen zunächst paraphrasiert und generalisiert. Um Dopplungen zu vermeiden, sind bedeutungsgleiche Aussagen gestrichen worden. Nach einer ersten Kategorieneinteilung aller zehn Einzelinterviews fand eine erneute Generalisierung statt, die in der Zusammenfassung des finalen Kategoriensystems mündete.¹⁴¹ Diese Vorgehensweise entzog dem Ausgangsmaterial – Transkriptionen der zehn Experteninterviews – die wesentlichen inhaltlichen Informationen. Nachfolgendes Kapitel bildet diesen Prozess, so wie für alle Interviews durchgeführt, ab.

5.5 Das empirische Material: Auswertungsprozess

Die qualitative Inhaltsanalyse ist ein System, welches Schritt für Schritt zu den gesuchten Ergebnissen führt. Das vorliegende Forschungsdesign orientierte sich an dem von MAYRING festgelegten inhaltsanalytischen Ablaufmo-

¹³⁹ Vgl. Mayring, 2010, S. 60 ff.

¹⁴⁰ Vgl. Ebenda, 2010, S. 83

¹⁴¹ Vgl. Mayring, 2010, S. 65 ff.

dell. Um die Prozessschritte zu verdeutlichen, zeigt dieses Kapitel die Prozessschritte bis zur finalen Kategorisierung auf.

Anhand der ersten zehn Punkte des ersten Falles ist der Weg zur Reduktion beschrieben. Nachdem der erste Durchlauf erfolgt ist, indem die Aussagen paraphrasiert und generalisiert wurden (Abbildung 2), findet der Prozess der finalen Kategorienbildung (Abbildung 3) statt.¹⁴²

FALL	NR.	PARAPHRASIERUNG	GENERALISIERUNG	REDUKTION / KAT
A	1	Recherche nach konkreten Themen nach Anfrage	Recherche bei konkreten Themen	K1: Informationssuche im Internet, weil: <ul style="list-style-type: none"> • Produktentwicklung ansteht • generelles Interesse an fachspezifischen Technik-News
A	2	Konkreter Auftrag wenn neue Produkte kommen. Dann spezielle Ausrichtung und spezielle Recherche. Auch generelles Interesse an Informationen und News. Zu Beginn des Tages Webseiten absurfen. GigaOm und TechCrunch	Informationsbeschaffung bei generellem Nachrichteninteresse auf Blogs	K2: Informationsmedium für Technik-News: <ul style="list-style-type: none"> • Internet, weil <ul style="list-style-type: none"> ◦ aktuellstes Medium, ◦ tiefergehende Informationen sofort verfügbar * Beispiel: GigaOm, TechCrunch
A	3	Technische News auf GigaOm nachschlagen.	Technische News im Internet	K3: Informationsselektion: <ul style="list-style-type: none"> • RSS-Feed /RSS-Reader
A	4	Regelmäßiges Morgenritual, News im Internet lesen.	Technische News im Internet	
A	5	TechCrunch ist ein Blog der nach Abfolge der Artikel gelesen wird.	Blog = TechCrunch	
A	6	Informationen können auch über einen RSS Feed oder RSS Reader nachgeschlagen werden.	Über RSS Feed/Reader Informationen lesen.	K4: Möglichkeiten des Informationserhalts auch über RSS-Feeds
A	7	Magazinabo und eine Mitgliedschaft beim IEEE	IEEE Mitglied, Erhalt von Mitgliedsmagazin	
A	8	Abonnement nicht, wenn nicht Teil der Mitgliedschaft.	Kein Abo, wenn nicht Mitgliedschaft	K5: Kein Abo, wenn nicht durch Mitgliedschaft erhalten

¹⁴² Der gesamte Auswertungsprozess befindet sich auf der beiliegenden CD unter Anhang D: Datenauswertung

A	9	Allgemeiner Magazin-konsum ist gleich Null, weil Webseiten aktueller.	Keine Magazine, denn Webseite aktueller	K6: Kein Magazinkonsum, weil <ul style="list-style-type: none"> • nicht aktuell genug, • keine tiefergehenden Informationen,
A	10	Auf Webseiten kann mehr in die Tiefe gegangen werden.	Tiefere Informationen durch Webseite	

Tabelle 2: Durchlauf der ersten Reduktion

Durchlauf 2: Zur finalen Kategorie

FALL	KAT		GENERALISIERUNG	KATEGORIE
A	1	Informationssuche im Internet, weil: <ul style="list-style-type: none"> • Produktentwicklung ansteht • generelles Interesse an fachspezifischen Technik-News 	Internet als Informationsmedium, wenn, <ul style="list-style-type: none"> • in Produktentwicklung involviert • allgemeine Technik-News gesucht 	K1': Internet <ul style="list-style-type: none"> • als Informationsmedium zur Produktentwicklung, • für allgemeine Technik-News, • für tiefergehende Informationen eines Interesses • als allgemeines Unterhaltungs-medium Warum: <ul style="list-style-type: none"> • Aktualität, • Selektionsmöglichkeiten durch RSS-Feeds
A	2	Informationsmedium für Technik-News: <ul style="list-style-type: none"> • Internet, weil <ul style="list-style-type: none"> ◦ aktuellstes Medium, ◦ tiefergehende Informationen sofort verfügbar * Beispiel: GigaOm, TechCrunch	Internet für allgemeine Informationen, weil <ul style="list-style-type: none"> • aktuell • tiefergehende Informationen verfügbar 	
A	3	Informationsselektion: <ul style="list-style-type: none"> • RSS-Feed /RSS-Reader 	Selektion der Information durch, <ul style="list-style-type: none"> • RSS-Feed 	
A	4	Möglichkeiten des Informationserhalts auch über RSS-Feeds	Information durch RSS-Feed	
A	5	Kein Magazinabo, wenn nicht durch Mitgliedschaft erhalten	Magazinabo, wenn durch Mitgliedschaft	
A	6	Kein Magazinkonsum, weil <ul style="list-style-type: none"> • nicht aktuell genug, • keine tiefergehenden Informationen, 	Kein Print-Magazin, weil <ul style="list-style-type: none"> • nicht aktuell genug, • weiterführende Informationen nicht gleich verfügbar 	K2': Print: Kein Print-Magazin, weil <ul style="list-style-type: none"> • nicht aktuell genug, • weiterführende Informationen nicht gleich verfügbar Print-Abo, <ul style="list-style-type: none"> • wenn es mit Mitgliedschaft einherkommt

Tabelle 3: Durchlauf zur finalen Kategorienbildung

5.6 Gütekriterien nach Mayring

Der Grad der Wissenschaftlichkeit wird nicht allein durch die Anwendung einer wissenschaftlichen Forschungsmethode gemessen. MAYRING weist auf sechs Kriterien hin, welche den Wert der Ergebnisse hinterfragen und schon zu Analysebeginn Anwendung finden. Zu den Gütekriterien gehört die *Verfahrensdokumentation*. Das Kriterium gilt als erfüllt, wenn die vollständige Transparenz der Analyseschritte und Vorgehensweise gegeben ist. Ziel der Verfahrensdokumentation ist es, die Analyse für außenstehende Personen nachvollziehbar zu gestalten. Weiterhin ist die sogenannte *argumentative Interpretationsabsicherung* ein Kriterium, welches nach MAYRING im Rahmen qualitativer Forschung Beachtung finden muss. Regeln zur Interpretationsabsicherungen stehen hier im Fokus. Der Forscher muss sich vor der Untersuchung theoretisches Vorwissen aneignen, schlüssig interpretieren sowie alternative Interpretationsrichtungen abwägen und einbeziehen.¹⁴³ Die *Regelgeleitetheit* ist als drittes Gütekriterium zu nennen. Systematisches Vorgehen und prozessorientierte Arbeit veranschaulichen den Untersuchungsablauf, ohne die Flexibilität zu nehmen. Auch die *Nähe zum Gegenstand* ist ein Kriterium, welches erfüllt werden sollte. Je näher der Forscher an die Alltagswelt der Untersuchungsperson, beide an der Untersuchung beteiligten Personen, das gleiche Ziel verfolgen, desto besser ist dieses Gütekriterium erfüllt.¹⁴⁴ Als fünftes Gütekriterium benennt MAYRING die *kommunikative Validierung*. Die Rücküberprüfung der Untersuchungsergebnisse mit einer oder mehreren Untersuchungspersonen steht hier im Fokus. Findet sich der Befragte in den Auswertungsergebnissen wieder, ist davon auszugehen, dass die Ergebnisse ihre Richtigkeit haben. Das letzte Kriterium ist die *Triangulation*. Damit soll die Qualität der Analyse durch die Verwendung verschiedener Analyseschritte gesteigert werden. Dabei sind weitere Quellen, welche die Forschungsfragen beantworten könnten, zu berücksichtigen. Ziel der Triangulation ist es, verschiedene Lösungswege zu den Fragestellungen zu finden und zu vergleichen.¹⁴⁵

¹⁴³ Vgl. Mayring, 2002, S. 145

¹⁴⁴ Vgl. Ebenda, 2002, S. 146

¹⁴⁵ Vgl. Mayring, 2002, S. 147

Inwiefern die Gütekriterien in der vorliegenden Arbeit umgesetzt wurden, wird in Kapitel 6.4 beschrieben. Nachfolgend werden die Ergebnisse der Forschung im Rahmen dieser Masterarbeit erläutert.

6 Das empirische Material: Analyse und Interpretation

„Der Erfolgreichste im Leben ist der, der am besten informiert wird.“
Benjamin Disraeli (†1881), britischer Politiker und Schriftsteller

Um die Ergebnisse dieser Arbeit adäquat festzuhalten und auch für Außens-tehende verständlich darzustellen, wird zunächst das Kategoriensystem im Allgemeinen beschrieben. Die Kapitel 6.1.1 bis Kapitel 6.1.4 analysieren und interpretieren die Aussagen der befragten Softwareentwickler.

6.1 Kategoriensystem

Das Kategoriensystem der qualitativen Inhaltsanalyse dient dazu, relevante Textstellen hervorzuheben und den Inhalt des Datenmaterials komprimiert darzustellen.¹⁴⁶ Im Hinblick auf die zu untersuchende Forschungsfrage *Welche Medien Softwareentwickler nutzen, um sich fachspezifisch zu informieren und zu kommunizieren?*, veranschaulicht die nachfolgende Abbildung die fi-nalen Kategorien in Anlehnung an die Medienkategorien von PROSS sowie DAHINDEN & TRAPPEL.¹⁴⁷

MEDIENKATEGORIEN		
PRIMÄRMEDIEN Informations- und Kommunikationskanal PERSÖNLICHES GESPRÄCH EVENTS	SEKUNDÄRMEDIEN Informationskanal FACHBUCH MAGAZIN	TERTIÄRMEDIEN Unterhaltungskanal FERNSEHER
QUARTÄRMEDIEN Informationskanal SUCHMASCHINE ONLINE-LEXIKON E-MAIL ONLINE-MAGAZIN ONLINE-NEWS BLOGS SOZIALE NETZWERKE FOREN		
Kommunikationskanal CHAT E-MAIL BLOGS SOZIALE NETZWERKE FOREN		

Abbildung 4: Finale Kategorien

¹⁴⁶ Vgl. Mayring, 2010, S. 84

¹⁴⁷ Siehe Kapitel 3.1

Um der Argumentation und der Interpretation ein Grundgerüst zu geben, werden zur Analyse des Datenmaterials zunächst alle Kategorien mit kurzen Zitaten¹⁴⁸ der Experten beschrieben. Schlussfolgernd werden die einzelnen Abschnitte der gesamten Medienkategorie mit einer Interpretation beendet.

6.1.1 Primärmedien



Die Primärmedien, welche ohne technische Hilfe **zu einem persönlichen Gespräch** führen, spielen für den Softwareentwickler im Berufsleben eine große Rolle. Der fachliche Austausch mit den Arbeitskollegen und der damit verbundene höhere Lernfaktor sind ausschlaggebend dafür, die zwischenmenschliche Kommunikation am Arbeitsplatz zu suchen:

„[...] ich persönlich finde es [...] viel einfacher etwas zu lernen, wenn das durch die persönliche Diskussion geschieht.“¹⁴⁹

Auch der persönliche Kontakt zum Produktentwickler, um sich über Probleme oder den Integrationsprozess auszutauschen, erwähnten die Befragten:

„Es ist immer sehr gut, direkt mit dem Entwickler über das Produkt zu sprechen, um gleich auszuloten ob die Produkte zusammenpassen und welcher Integrationsaufwand dahinter steckt.“¹⁵⁰

Jedoch bietet nicht nur der Arbeitsplatz Raum für persönliche Gespräche. Als eine weitere Kommunikationsplattform sind fachspezifische Events zu nennen. Die Befragten gaben an, auf solchen Veranstaltungen den persönlichen Kontakt zu den Evangelisten und Referenten zu suchen, denn dort können Gespräche

„[...]auf Augenhöheniveau [...],“¹⁵¹

geführt werden.

¹⁴⁸ Zur besseren Darstellung der Expertenaussagen werden in diesem Kapitel, unabhängig von der Länge des Zitates, die Zitate ausschließlich eingerückt und in Schriftgröße 10pt dargestellt.

¹⁴⁹ Experte 9, S. 137

¹⁵⁰ Experte 6, S. 122

¹⁵¹ Experte 2, S. 110

Doch nicht jeder Befragte steht der persönlichen Kommunikation auf Events offen gegenüber. Die Unsicherheit mit vielen fremden Menschen zu kommunizieren, lässt den Nerd zurückschrecken:

„[...] wenn ich auf einer Konferenz bin und mit 100 Leuten in einem Raum sitze, dann bin ich jetzt nicht der Typ, der zu einem hingeht und etwas fragt. Ich bin dann eher der Internetmensch [...].“¹⁵²

Laut Aussage der Befragten muss die Information zudem erst verarbeitet werden:

„Meistens ist es ja auch relativ viel, was man da erzählt bekommt. Ich brauch da immer ein bisschen länger, um so Sachen zu verarbeiten.“¹⁵³

Persönliche Gespräche, die hauptsächlich Werbezwecken dienen, wirken ebenfalls abschreckend und führen zur Vermeidung persönlicher Kommunikation auf Events:

„Nervig ist [...], indem sie mir aufdrücken wollen, wie ich etwas zu machen habe. Mir noch ihre Visitenkarte zustecken und drei Flyer in die Hand drücken. Sie sollen mir einfach nur erklären, wie sie etwas gemacht haben und wie sie ein spezielles Problem lösen. Dann finde ich das cool, dann finde ich das spannend.“¹⁵⁴

Der Softwareentwickler differenziert zwischen allgemeinen fachspezifischen Veranstaltungen wie Konferenzen, Messen und **Tech Talks**. Teure Konferenzen werden tendenziell vermieden, da die mediale Abdeckung, um die Informationen zu erhalten, ausreicht:

„Die Medienabdeckung ist dann auch so gut, da kann ich mir die Vorträge etc. auch im Internet anschauen.“¹⁵⁵

Die von verschiedenen Unternehmen organisierten Tech Talks bieten dem Softwareentwickler jedoch eine unterhaltsame Abendbeschäftigung. Dort hat er die Möglichkeit, einen interessanten Redner live zu erleben, mit Arbeitskollegen zu diskutieren und kostenfreie Verpflegung in Anspruch zu nehmen:

„[...] TechTalks sind schon interessant, gerade wenn mich die Sprecher interessieren, wenn die auch ein bisschen bekannter sind. Beispielsweise aus dem JAVA-Magazin oder auch generell. Das man da einfach mal hingeht, gesellig auf ein Bier zusammensitzt und was zu essen kriegt. Das ist schon cool.“¹⁵⁶

¹⁵² Experte 4, S. 119

¹⁵³ Experte 9, S. 137

¹⁵⁴ Experte 2, S. 110

¹⁵⁵ Experte 4, S. 119

¹⁵⁶ Experte 8, S. 132

Zudem ist die Anwesenheit der Evangelisten eine Chance, um sie als persönlichen Ratgeber mit Fragen und Problemen zu konfrontieren und sich fachspezifisch auszutauschen:

„Gespräche mit den Evangelisten können dann über eine Stunde gehen, weil diese Leute – Gott sei Dank – sehr tief im Thema drin sind. Du kannst sie dann auch mit Deinen Problemen löchern und nach deren Meinung und Tipps fragen.“¹⁵⁷



Im Rahmen der Primärmedien kann daher interpretiert werden, dass der Softwareentwickler einen hohen Anspruch an die zwischenmenschliche Kommunikation stellt. Für den eher ruhigen und bedachten Menschen ist die persönliche Kommunikation, gerade mit anderen Entwicklern, ein gängiges Informationsmittel im beruflichen Alltag. Es ist ihm wichtig, fachliche Themen ausdiskutieren, da er aus den Gesprächen mit anderen Entwicklern viele Erkenntnisse gewinnt. Diese Konversationen fördern seine Kreativität und erweitern seinen Horizont. Sein stetiger Wissenszuwachs und seine persönliche Weiterentwicklung sind positive Eigenschaften des Softwareentwicklers. Die Menschen in seinem beruflichen Umfeld geben ihm Sicherheit, da er ein Mitglied dieser Gemeinschaft ist. Dort kann er offen und unbefangen kommunizieren. Auf größeren Veranstaltungen ist der Entwickler jedoch eher zurückhaltend. Der Informationsaustausch und die thematischen Diskussionen der Vorträge finden nur in seiner Gruppe, die aus bekannten Gesichtern besteht, statt. Sein Unbehagen vor einer größeren Menge an Zuhörern zu sprechen, möchte er nicht nach außen tragen. Er vermeidet den Kontakt zu den Referenten und zieht sich aus öffentlichen Diskussionsrunden zurück. Offener ist er hingegen, wenn er sich auf gewohntem Gebiet befindet. Findet in seiner Umgebung oder einer ihm bekannten Location¹⁵⁸ ein Technik-Event, beispielsweise ein TechTalk statt, so ist er durchaus an einem persönlichen Gespräch mit dem Evangelisten oder Referenten interessiert. Dort fühlt er sich wohl, unbeobachtet und geschätzt. Es kostet ihn weniger Überwindung auf den Fremden zuzugehen. Das bedeutet für den Entwickler einen enormen Mehrwert, denn Informationen eines Spezialisten sind für ihn äußerst wertvoll.

¹⁵⁷ Experte 2, S. 110 f.

¹⁵⁸ Genannt wurde im speziellen die C-Base in Berlin, Experte 2, S. 110

Der direkte Kontakt zum Spezialisten ist für den Entwickler besonders wichtig, wenn er über die Implementierung eines neuen Tools oder Produktes nachdenkt. Er will mit jemandem kommunizieren, der versteht, wovon er redet oder gleiche Erfahrungen gemacht hat und somit weiß, was für einen Softwareentwickler im beruflichen Alltag wesentlich ist. Der Softwareentwickler findet schnell heraus, mit welcher Absicht eine Kommunikation geführt wird. Sitzt ihm ein Berater gegenüber, der augenscheinlich keine Technikerfahrung hat und entwicklerspezifische Problematiken nicht einzuordnen weiß, wird er aufmerksam. Hinzu kommen die abstrakten Gedankengänge der Softwareentwickler, die für Nicht-Entwickler nicht nachvollziehbar sind. Daher kann ein Gespräch mit einem Softwareentwickler für fachfremde Personen zu einer Herausforderung werden. Ein aneinander Vorbeireden ist in dieser Situation nicht selten. So unkommunikativ der Softwareentwickler manchmal erscheinen mag, er analysiert seinen Gesprächspartner genau und blickt hinter die Fassade des Menschen.

6.1.2 Sekundärmedien

„Manche Bücher will man auch mal im Schrank stehen haben, aber das letzte richtige Buch habe ich vor zwei Jahren gekauft.“¹⁵⁹



Die Sekundärmedien, in Form eines fachspezifischen **Printmagazins** oder eines **Fachbuches**, besitzen im Hinblick auf die Informationsbeschaffung im beruflichen Alltag des Softwareentwicklers wenig Relevanz.

Die Allgemeinheit der Befragten beschäftigt sich nicht allzu oft mit dem Medium Print:

„Eigentlich ist mein Printkonsum in den letzten Jahren auch fast auf Null zurückgegangen. Ich mache einfach sehr viel über die Webseiten, weil das einfach aktueller ist.“¹⁶⁰

„[...] bei Zeitungen interessieren mich vielleicht 15 % der gesamten Zeitung. Dann müsste ich mir eine weitere kaufen, wo mich dann die nächsten 15 % interessieren

¹⁵⁹ Experte 2, S. 111

¹⁶⁰ Experte 1, S. 99

und die nächste Zeitung kaufen, wo mich wieder 15 % interessieren, um dann mal irgendwann auf 100 % zu kommen. Also suche ich mir die Sachen lieber gleich im Internet zusammen. Da weiß ich, wo ich was finde und habe das in einem Bruchteil der Zeit und habe weniger Papiermüll.“¹⁶¹

Das rührt zum einen daher, dass Printmedien weniger zu bieten haben als Internetmedien:

„Ich kann Printmedien nicht kontrollieren. Sie sind für mich nicht aufbereitet“¹⁶² genug.¹⁶³

Zum anderen ist das **Printmagazin** nach Meinung der Softwareentwickler ein zu zeitintensives Medium:

„[...] was ich an dem Medium Print schwierig finde ist, dass Du Deine Aufmerksamkeit voll auf das Medium richten musst, um irgendwie zu verstehen, was da drin steht.“¹⁶⁴

Zudem werden die Meinungen der Redakteure als störend empfunden:

„Dann sind auch noch die Redakteursmeinungen da drin, das sind irgendwelche Leute. Sowas finde ich überhaupt nicht interessant.“¹⁶⁵

Die Beschränkung auf nur eine Informationsquelle ist ein weiteres Manko der Printmedien. Die Möglichkeit der spontanen Wissenserweiterung durch das unmittelbare hinzuziehen einer weiteren Quelle, ist mit einem Printmedium nicht gegeben, sodass es als Recherchemedium kaum Verwendung findet.

„Ich bin so ein Mensch, der mehrere Medien gleichzeitig braucht.“¹⁶⁶

Ein weiterer Aspekt, den die Befragten ansprachen, war der hohe Kostenfaktor, den der Erwerb eines Magazins mit sich bringt:

„Es gibt ein paar Zeitschriften, die ich durchaus lesen würde, aber die sind mir einfach zu teuer. [...] Also, den Nutzen den ich aus der Zeitschrift rausziehe, ist mir für das Geld nicht genug. Weil davon kann ich mir 10 Internetleitungen leisten und hab die gleiche Information.“¹⁶⁷

Auch das fehlende Interesse an fachrelevanten Themen nach der Arbeitszeit wurde angesprochen. Nach einem langen Arbeitstag ist häufig das Interesse

¹⁶¹ Experte 7, S. 125

¹⁶² Zum besseren Verständnis wurde hier beim Experten die Definition angefragt: Ich meinte damit dass ich z.B. bei einer Website noch auf Links klicken kann, um mich über bestimmte Sachen detaillierter zu informieren. Außerdem werden "Updates" zu News sofort sichtbar. Printmedien sind im Vergleich dazu zu starr, für mich fühlt sich die Zeitung von gestern schon veraltet an.

¹⁶³ Experte 4, S. 119

¹⁶⁴ Experte 6, S. 122

¹⁶⁵ Experte 3, S. 114

¹⁶⁶ Experte 6, S. 122

¹⁶⁷ Experte 7, S. 125

an Fachthemen gering, sodass ein Fachmagazin uninteressant ist. Ein solches Medium nimmt die persönliche Freizeit zu sehr in Anspruch:

„[...] ich würde mich nicht zu Hause hinsetzen und ein Magazin lesen. Das passt einfach nicht in mein Mediennutzungsverhalten [...].“¹⁶⁸

„Wenn ich von der Arbeit komme, dann ist Schluss mit Arbeit. Dann interessiert mich der ganze Quatsch nicht mehr, da möchte ich nicht noch privat ein Magazin lesen.“¹⁶⁹

Das Printmagazin erhält jedoch an Orten ohne Internet eine neue Bedeutung. Im Hinblick auf die Überbrückung von Reisezeit, bekommt das Printmagazin mehr Aufmerksamkeit:

„[...] wenn ich längere Zugfahrten vor mir habe, wo kein Internet ist. Dann lohnt sich das, dann schaut man sich das an. Aber ansonsten sind Webseiten für News wirklich die Quelle.“¹⁷⁰

Doch nicht nur das fachspezifische Magazin im Allgemeinen war in Bezug auf die Sekundärmedien ein Gesprächsthema. Als Papierverschwendung abgetan, nimmt auch Printwerbung keinen hohen Stellenwert ein:

„Ich finde es eine Papierverschwendung, mir da immer so viel Werbung zu schicken, [...].“¹⁷¹

Ein angeseheneres Sekundärmedium ist laut Angaben der Befragten das **Fachbuch**. Dies beruht zum einen auf dem hochwertigen Inhalt:

„Fachbücher sind toll.“¹⁷²

„Da hat sich jemand hingesezt, sich Mühe gegeben, sich lange damit beschäftigt und sich überlegt wie er jetzt was schreibt. Und so eine Internetseite ist halt irgendwie zusammengeschustert und da hängt nicht so viel Herzblut dran.“¹⁷³

Zum anderen, weil die Veröffentlichung eines Fachbuchs weniger wirtschaftliche Interessen verfolgt als die Publizierung eines Printmagazins oder Onlineartikels:

„Die Onlineartikel sind meistens schon irgendwie mit wirtschaftlicher Absicht geschrieben. Entweder will sich die Firma darstellen oder es geht ein bisschen in die Recruiting-Richtung. Es hat immer so ein bisschen PR-Beigeschmack, [...]. So ein Fachbuch ist toll, weil es die Geschichte von Anfang bis Ende beschreibt.“¹⁷⁴

¹⁶⁸ Experte 6, S. 122

¹⁶⁹ Experte 8, S. 131

¹⁷⁰ Experte 1, S. 99

¹⁷¹ Experte 8, S. 132

¹⁷² Experte 2, S. 109

¹⁷³ Experte 9, S. 139

¹⁷⁴ Experte 2, S. 109

Die Gesamtheit der Informationen, die durch ein Fachbuch vermittelt werden, ist ebenfalls ausschlaggebend für die Nutzung eines solchen Mediums:

„So eine Information die in einem Buch steht, hab ich zumindest das Gefühl, ist gesicherter, als das, was jetzt im Internet steht.“¹⁷⁵

Der Softwareentwickler bezieht sich allerdings nicht ausschließlich auf das gedruckte Buch, wenn er von Büchern spricht. Das Buch in Form eines PDF oder HTML-Dokuments wird in diesen Kontext einbezogen:

„[...] das letzte richtige Buch habe ich vor zwei Jahren gekauft. Ansonsten alles als PDF.“¹⁷⁶

Durch die Form des PDF und der Suchfunktion lassen sich die gewünschten Informationen schneller auffinden:

„Ich fange nicht an das Buch von vorne bis hinten durchzulesen. Da finde ich meine Segmente schneller im Netz. Da finde ich das Kapitel, das ich brauche und bin dann fertig.“¹⁷⁷



Im Rahmen der Sekundärmedien kann daher interpretiert werden, dass der Softwareentwickler die finanziellen Aspekte bei der Wahl des Informationskanals mit einbezieht. Heutzutage ist ein gedrucktes Informationsmedium ein teures Gut. Der Preis einer Fachzeitschrift beträgt derzeit ca. vier Euro oder mehr. Warum sollte sich der Softwareentwickler ein teures Magazin kaufen, wenn im Internet die gleichen Inhalte kostenlos zur Verfügung stehen? Zudem muss er sich im Internet nicht mit den für ihn unwichtigen Artikeln beschäftigen, sondern kann gezielt ein Interessengebiet verfolgen. Er ist scheinbar ein sparsamer Mensch, der sein Geld mit Bedacht ausgibt und pragmatisch über den Kosten-Nutzen Faktor nachdenkt.

Doch nicht nur finanzielle Aspekte sind mit den Sekundärmedien in Zusammenhang zu bringen. Der Softwareentwickler besitzt auch Umweltbewusstsein. Große, unnötige Papiermengen zur Informationsverbreitung ärgern ihn. Nicht ausreichend durch das Printmedium gefordert und ausgelastet, sieht der Wissbegierige Softwareentwickler mehr negative Aspekte in den Sekundärmedien als Positive. Erst die Menge verschiedener Quellen und der unmittelbare Zugriff darauf, befriedigt sein Informationsbedürfnis.

¹⁷⁵ Experte 9, S. 139

¹⁷⁶ Experte 2, S. 111

¹⁷⁷ Experte 7, S. 127

Einen höheren Stellenwert erhält das gedruckte Buch. Der Softwareentwickler weiß den Aufwand, den der Autor mit dem Verfassen des Fachbuches hatte, zu schätzen. Ihm ist bewusst, dass es sich um qualitativ hochwertigen Inhalt handelt, da sich ein Fachexperte intensiv mit einer Thematik befasst hat. Er versetzt sich in die Situation des Schreibers hinein und schätzt den Inhalt eines Fachbuches umso mehr. Ebenso befriedigt es sein Sicherheitsbedürfnis. Denn er erhält Informationen aus einer in seinen Augen zuverlässigen Quelle. Der Autor des Werkes ist bekannt, er kann ihn recherchieren und auf seine fachliche Kompetenz hin überprüfen.

6.1.3 Tertiärmedien

„Ich kann das Fernsehen nicht kontrollieren,
es spielt mir Werbung vor.“¹⁷⁸



Die Tertiärmedien spielen im fachlichen Leben des Softwareentwicklers keine Rolle. Ausschließlich zur privaten Unterhaltung genutzt, schätzen die Befragten die Bedeutung des Fernsehers gering ein:

„[...] ich habe keinen Fernseher. Da kommt wirklich nichts Interessantes.“¹⁷⁹

Fernsehen dient, wenn überhaupt der privaten Unterhaltung:

„In der Freizeit sitze ich dann eher vor dem Fernseher“¹⁸⁰

Der Softwareentwickler interessiert sich für Fernsehwerbung insoweit, als das sie ihm Auskunft darüber gibt, wie Unternehmen Konsumenten einschätzen:

„[...] generell nervt mich das. Aber [...], wenn man eine Weile kein Fernsehen geguckt hat und bei irgendwem mal guckt, da gucke ich auch gerne mal Werbung. Da interessiert mich die Art wie sie gemacht ist und erstaunt mich nicht selten, wie die Unternehmen meinen, auf was für Reize wir ansprechen oder ich persönlich.“¹⁸¹

¹⁷⁸ Experte 4, S. 119

¹⁷⁹ Experte 9, S. 137

¹⁸⁰ Experte 5, S. 116

¹⁸¹ Experte 9, S. 139



Der Softwareentwickler kann mit massenmedialen Inhalten aus der Unterhaltungs- / Fernsehbranche offenbar wenig anfangen, woraufhin er sich vergleichsweise wenig mit ihnen beschäftigt. Informationen, die nicht unmittelbar in Zusammenhang mit ihm oder seiner Umwelt stehen, sind nicht von Interesse.

6.1.4 Quartärmedien

„Wenn mein Computer keinen Internetanschluss hätte, dann wüsste ich wahrscheinlich nichts damit anzufangen.“¹⁸²



Durch die Analyse des Textmaterials wurde klar, dass sich der Softwareentwickler in jeder Hinsicht mit den Quartärmedien, also der computergestützten Kommunikation und Informationsbeschaffung in Form des **Internets**, beschäftigt. Geht es um Informationen, befriedigt das Internet am schnellsten die Bedürfnisse der Befragten:

„Weil das Internet die Bedürfnisse die ich habe, wenn es um Informationen etc. geht, am schnellsten und zufriedenstellenden befriedigt.“¹⁸³

Angegeben wurden die Aktualität der Inhalte, die Möglichkeit der persönlichen Selektion und die Kontrollierbarkeit der angezeigten Inhalte:

„Ich nutze das Internet, weil ich es kontrollieren kann.“¹⁸⁴

Allgemein konnten als *Informationskanäle* im Internet die Suchmaschine, das Online-Lexikon, die E-Mail, das Onlinemagazin, die News-Seite, das Blog, soziale Netzwerke und das Forum ausgemacht werden. Im Folgenden werden die Hintergründe zur Nutzung dieser unterschiedlichen Informationskanäle erörtert.

¹⁸² Experte 9, S. 138

¹⁸³ Experte 7, S. 125

¹⁸⁴ Experte 4, S. 119

Zunächst ist der Informationskanal Suchmaschine zu nennen. Ein Informationskanal, der dem Softwareentwickler bei der Suche nach Problemlösungen hilft. Problemfälle und Fehlermeldungen können eingegeben und Ergebnisse analysiert werden:

„Die Suchmaschine ist Dein primärer Kumpel. Die ganzen Probleme die Du hast, packst Du einfach in die Suchmaschine rein und guckst, welche Ergebnisse Du bekommst.“¹⁸⁵

Der Softwareentwickler nutzt die Suchmaschine jedoch auch, um die Antworten auf seine Fragen vorab zu filtern und durch Google direkt auf relevante Webseiten weitergeleitet zu werden:

„[...] Google leitet mich dann auf den richtigen Teil einer Webseite, [...] ich gehe da nicht auf eine Webseite und suche innerhalb dieser Webseite. Das mache ich definitiv über Google, weil Google besser weiß, auf welcher Seite ich jetzt die Antwort finde.“¹⁸⁶

Um verschiedene Treffer zu erhalten, werden auch andere Suchmaschinen verwendet. Eine alternative zu Google bietet die Suchmaschine DuckDuckGo:

„DuckDuckGo ist etwas breiter aufgestellt als Google. [...] Du kannst damit auch mal über den Tellerrand schauen.“¹⁸⁷

Online-Lexika bieten dem Softwareentwickler die Möglichkeit, sich einen Überblick über den Umfang seiner Aufgabe zu verschaffen und relevante Informationen zu erhalten:

„Wikipedia ist [...] cool, wenn ich jetzt gesagt bekomme, mich in neue Bereiche einzuarbeiten oder mal was nachzuschlagen [...]. Da ist Wikipedia immer die erste Anlaufstelle.“¹⁸⁸

Das asynchrone Medium **E-Mail** versteht der Softwareentwickler nicht nur als Kommunikationsmöglichkeit, sondern auch als Medium zur gezielten Informationsverbreitung. Der **Newsletter**, der in regelmäßigen Abständen über das E-Mail-Postfach versandt wird, findet jedoch wenig Zuspruch bei den Befragten:

„Newsletter sind ja eigentlich pure Werbung. [...]. Da stehen zu 50 % Sachen drin, die mich nicht interessieren [...].“¹⁸⁹

¹⁸⁵ Experte 1, S. 101

¹⁸⁶ Experte 4, S. 117

¹⁸⁷ Experte 2, S. 111 f.

¹⁸⁸ Experte 10, S. 144

¹⁸⁹ Experte 7, S. 127

Wenig Mehrwehrt und zu viele und unwichtige Informationen tragen zum negativen Image des Newsletters bei:

„Die Unternehmen füllen den Newsletter mit Abfallprodukten. Sie sammeln irgendwelche Informationen zusammen, Hauptsache der Newsletter ist voll.“¹⁹⁰

Auch der Versandzeitpunkt des Newsletters ist ein Kriterium, das von den befragten Experten kommentiert wurde, denn:

„Einmal kommt die Information zu einem Zeitpunkt, wo sich sie gar nicht aufnehmen möchte. Die trudelt irgendwann ein und ich bin jetzt nicht so E-Mail diszipliniert, dass ich vermeintlich Interessante Nachrichten später noch mal aufrufe.“¹⁹¹

Die Befragten teilten während der Gespräche ihre Wünsche mit. Update- und Rabatt-Meldungen geben dem Newsletter einen Mehrwert:

„Newsletter sind insofern nett, indem sie sagen, dass hat vorher noch nicht funktioniert, das funktioniert jetzt.“¹⁹²

Auch Informationen, die nicht einige Tage nach dem Eingang des Newsletters hinfällig sind, haben für den Softwareentwickler einen Mehrwert:

„Newsletter sind gut für Wissen, das nicht unbedingt mit der Zeit in engem Zusammenhang steht, zu der Zeit, wo ich ihn konsumiere.“¹⁹³

Im Gegenzug zum Newsletter, können sich die Befragten über die Webseite eines Magazins gezielter informieren. Das **Online-Magazine** bietet den Befragten Informationen zu fachspezifischen Themen. Magazinseiten, die der Entwickler besucht, sind

„[...] die Webportale heise und golem.“¹⁹⁴

Zudem gehören auch

[...] TechCrunch [und, YT] GigaOm [...],“¹⁹⁵

sowie

„winfuture und [...] t3n“¹⁹⁶

zu den häufig besuchten Onlinemagazinen der Befragten. Diese Informationskanäle werden genutzt, um thematisch aktuelle und fachrelevante Infor-

¹⁹⁰ Experte 1, S. 105

¹⁹¹ Experte 2, S. 110

¹⁹² Experte 2, S. 110

¹⁹³ Experte 6, S. 123

¹⁹⁴ Experte 3, S. 115

¹⁹⁵ Experte 1, S. 105

¹⁹⁶ Experte 5, S. 116

mationen zu erhalten. Allerdings konsumiert der Nerd aus Interessengründen nicht immer die Startseite des Onlinemagazins:

„Mich interessiert die Startseite einfach nicht. Die ist mehr so der Kundenfang.“¹⁹⁷

Der Newsticker ist zur Informationsvermittlung der Magazinnachrichten ebenfalls wichtig:

„Ich lese die Newsticker und die Artikel die mich interessieren, lese ich dann weiter.“¹⁹⁸

Im Hinblick auf das Thema Onlinemagazin ist auch die Werbung nicht zu vernachlässigen, die der Befragte als irrelevant kommentiert:

„[...]die Werbung die irgendwo am Rand ist, die interessiert mich einfach nicht.“¹⁹⁹

Die Experten empfinden eine allzu große Auffälligkeit der Werbe-Banner zudem als abschreckend:

„Wenn mir was in blinkenden Farben angeboten wird, dann ist irgendwas faul. Dann wollen die nur meine Adresse, mein Geld oder irgendwas anderes. Also es ist immer schwierig.“²⁰⁰

Sogenannte **News-Webseiten**, wie *hackernews.de*, bilden eine weitere Informationsquelle, der sich die Befragten bedienen:

„Hackernews ist ein relativ populäres Portal, wo Leute einfach ihre Blogbeiträge, Anleitungen und so weiter hinschreiben.“²⁰¹

Das **Blog** hat laut Angaben der Softwareentwickler ebenso einen Stellenwert:

„Ich lese Blogs, um Informationen zu bekommen und weil sie interessant sind.“²⁰²

Die Vielzahl an Blogs, lassen dieses Medium für den Entwickler interessant erscheinen:

„Die sind eine große anonyme Masse, wo man aber genug mitbekommt.“²⁰³

Diese Blogs lassen sich zudem in unterschiedliche Kategorien einteilen:

„Es gibt persönliche Blogs von irgendwelchen Leuten oder Blogs von Journalisten, die irgendwelche coolen Sachen machen.“²⁰⁴

¹⁹⁷ Experte 4, S. 116

¹⁹⁸ Experte 4, S. 116

¹⁹⁹ Experte 8, S. 134

²⁰⁰ Experte 9, S. 139

²⁰¹ Experte 2, S. 108

²⁰² Experte 10, S. 143

²⁰³ Experte 3, S. 114

²⁰⁴ Experte 10, S. 143

Nachfolgend wird auf die speziellen Arten des Blog eingegangen.

Das **journalistische Blog** dient als Informationsmedium, wenn es um allgemeine Fachnachrichten geht. Es wird hauptsächlich wegen seiner Objektivität geschätzt:

„Sowas wie TechCrunch ist ja schon sehr journalistisch, da ist wenig subjektive Meinung drin.“²⁰⁵

Den höheren Stellenwert hat jedoch das **persönliche Blog**, da sich der Blogger effektiv mit einer Thematik beschäftigt:

„Man weiß, der steckt da viel Arbeit und Zeit rein. Da gibt es einen Mehrwert, den man woanders nicht erhält.“²⁰⁶

Als eine weitere Informationsquelle sind **Herstellerblogs** zu nennen. Diese dienen dem ad-hoc Überblick:

„Wenn ich mich über eine Technologie generelle Information möchte, suche ich eher über [...] Blogs von Herstellern und Webseiten von Herstellern.“²⁰⁷

Herstellerblogs werden im Allgemeinen jedoch eher als Werbung gesehen:

„Die Blogs der Hersteller sind [...] nicht dazu da, den Leuten eine Hilfestellung zu geben. Die sind eher ein ausgedehnter Teaser.“²⁰⁸

Ausschließlich die dort aufgeführten Produktdokumentationen vermitteln Produktwissen oder dienen der Hilfestellung bei Problemen:

„Häufig hilft auch die Produktdokumentation sehr gut, die findet man auf den Webseiten der Hersteller.“²⁰⁹

Eine weitere Informationsquelle in Bezug auf das Blog ist das sogenannte **Video-Blog**.

„[...] Tutorials gibt es [...] in YouTube.“²¹⁰

In dieser Form werden Lernvideos (Tutorials) und **Screencasts** gezeigt

„Screencasts finde ich [...] super. Da zeichnen Leute ihren Desktop auf und zeigen so, wie sie etwas machen,“²¹¹

sowie **Webcasts** durchgeführt:

²⁰⁵ Experte 1, S. 100

²⁰⁶ Experte 6, S. 122

²⁰⁷ Experte 1, S. 100

²⁰⁸ Experte 2, S. 109

²⁰⁹ Experte 6, S. 122

²¹⁰ Experte 8, S. 133

²¹¹ Experte 10, S. 146

„So ein Webcast ist [...] eine Sache, die ich auch mal mache.“²¹²

Gerade im Hinblick auf Tutorials bewerten die Experten die Form des Videos auf zweierlei Weisen. Zum einen wird als nachteilig bewertet, dass das Video einen höheren Zeitaufwand fordert:

„[...] schriftlich finde ich das besser. Du kannst nicht einfach nur überfliegen und gucken was Dich interessiert. Du musst [...] das ganze Video gucken.“²¹³

Zum anderen verhilft die Spulfunktion eine schnelle Informationsaufnahme:

„Der Vorteil eines solchen Videos ist, dass Du spulen kannst. Teilweise kannst Du es mit doppelter Geschwindigkeit anschauen und es reicht trotzdem noch von der Informationsübertragung aus.“²¹⁴

Podcasts verzichten hingegen auf Bildmaterial und dienen den Angaben der Befragten zufolge als einfache Form der Informationsvermittlung:

„Ansonsten höre ich Podcasts. [...] Tom Bridlaf, der so Technik-Podcasts macht, die höre ich ganz gerne, dass ist ziemlich entspannt.“²¹⁵

In Zusammenhang mit den verschiedenen Blogs wurde auch Slideshare erwähnt. Es handelt sich dabei um einen **Präsentations-Blog**, auf dem Präsentationen zur Informationsvermittlung verwendet werden. Die Befragten bezeichneten die Präsentation als ein Medium, das sich gut an die eigenen Bedürfnisse in Bezug auf die Lesegeschwindigkeit anpasst:

„Etwas entspannter oder [...] mehr in meiner Geschwindigkeit, die ich mir dann auszusuchen kann, sind Präsentationen. Slideshare ist da eine Seite, die jede Menge technische – nicht nur, aber relativ viele – Präsentationen von irgendwelchen TechTalks, MeetUps, Konferenzen etc. online stellt.“²¹⁶

Ein weiterer Informationskanal, der von den Befragten erwähnt wurde, ist das **Forum**. Diese Form der Informationsbeschaffung ist für den Softwareentwickler nach Aussagen der Interviewpartner essentiell:

„Für Developer würde ich sagen, sind Foren eigentlich die Social Media Kanäle, und zwar aus dem Grunde heraus, weil du reichhaltige Inhalte transportieren kannst.“²¹⁷

Das Forum dient dem Nerd zu Recherchezwecken, dem Erfahrungsaustausch innerhalb der Entwickler-Community und hilft bei Problemlösungen:

²¹² Experte 3, S. 115

²¹³ Experte 8, S. 133

²¹⁴ Experte 1, S. 103

²¹⁵ Experte 4, S. 118

²¹⁶ Experte 2, S. 108

²¹⁷ Experte 1, S. 102

„Dann suche ich über Google und suche mich durch die Foren-Wüste, um von anderen Leuten, die das auch gesucht haben, die Erfahrungen rauszukriegen.“²¹⁸

Das Forum gibt dem Softwareentwickler ebenso die Möglichkeit mit dem Hersteller-Support direkt in Kontakt zu treten:

„Da fragen auch Nutzer der Software und da antwortet dann auch oftmals der Hersteller-Support.“²¹⁹

Eine etwas andere Art Forum sind die sogenannten **Question & Answer Seiten**. Diese beinhalten jegliche Fragen und Antworten eines speziellen Themas. Die Durchsicht der Interviews machte deutlich, dass solche Seiten unter Softwareentwicklern eine große Rolle spielen. *Stackoverflow* ist laut den Befragten, die beliebteste Q&A-Seite:

„Stackoverflow ist so die beste Seite, um nach Lösungen zu suchen. Da findet man quasi die Antwort auf alles.“²²⁰

Dazu benennen die Experten das Qualitätssicherungssystem sowie den Bekanntheits- und Aktivitätsgrad der Webseite:

„Da tobe ich mich sehr gerne aus, weil die ein relativ nettes Qualitätssicherungssystem haben.“²²¹

Durch die hohe Interaktivität der Webseite Stackoverflow ist es sehr wahrscheinlich, dass ein bestimmtes Problem von anderen Nutzern zuvor gelöst oder diskutiert wurde:

„[...] Stackoverflow ist da eigentlich das perfekte Beispiel. Da findet man eigentlich alles.“²²²

Die Thematik **Social Media**²²³ fand während den Interviews mit den Experten ebenso Erwähnung. Die Beachtung, die der Softwareentwickler den populären Social Media Kanälen schenkt, ist offenbar eher gering.

Auf gezielte Nachfrage, was Softwareentwickler von sozialen Netzwerken halten, waren Antworten wie diese keine Seltenheit:

„Wenig bis gar nichts. Ich bin zwar aus Gründen des Gruppenzwangs bei Facebook angemeldet. Aber es geht mir eigentlich von vorne bis hinten auf den Keks. Was andere Leute posten interessiert mich nicht. Wenn ich was poste habe, ich

²¹⁸ Experte 7, S. 125

²¹⁹ Experte 8, S. 130

²²⁰ Experte 5, S. 117

²²¹ Experte 2, S. 107

²²² Experte 10, S. 143

²²³ Mit Ausnahme der Blogs und Foren. Diese fallen aus medienwissenschaftlicher Sicht zwar auch in die Kategorie der Social Media Kanäle, spielen im Rahme der vorliegenden Arbeit jedoch eine wichtige Rolle. Daher werden diese als eigenständige Kategorien behandelt.

das Gefühl, es wird nicht so richtig wahrgenommen, es geht irgendwie im Schwarm unter.“²²⁴

Nachfolgend geht dieses Kapitel auf die spezifischen **sozialen Netzwerke** ein, die die Befragten während der Interviews kommentierten. Sie beschrieben den Wert dieser Kanäle aus informationstechnischer und kommunikationswissenschaftlicher Sicht. Um die Übersichtlichkeit zu wahren, wird zunächst auf den Informationsaspekt eingegangen.

Das soziale Netzwerk des Internetunternehmens Google, **Google+**, wurde von den Softwareentwicklern als ein soziales Netzwerk beschrieben, das eine technikaffine Zielgruppe durchaus anspricht:

„Google+ ist [...] eine sehr technische Plattform. [...]. Das ist kein Freundesnetzwerk, keine Partyplanung oder Urlaubsbilder posten, [...].“²²⁵

Gerade wegen der technikaffinen Community nutzt der Softwareentwickler Google+:

„Da geht es mehr um die Softwareentwicklungsgeschichten [...], weil man da einen guten Background hat, von der Community.“²²⁶

Von den Befragten wurde auch der Microblog **Twitter** erwähnt. Der Kanal gibt den Experten zufolge Aufschluss darüber, wie gefragt ein Thema ist:

„Aber ich finde Twitter insofern ganz nett, weil man sieht, wie aktiv ein bestimmtes Thema überhaupt ist.“²²⁷

Sofern das Zeitfenster für eine ausgiebige Lektüre von Nachrichten und News zu gering ist, sieht der Softwareentwickler in Twitter eine gute Alternative. Der Informationskonsum ist zwar eingeschränkt, doch Nachrichten können schnell aufgenommen werden:

„[...] ein Medium, das man gut nutzen kann, wenn man nicht sehr viel Zeit hat, um Medien zu konsumieren.“²²⁸

Twitter wird nach den Aussagen der Experten auch zu Promotionszwecken von Forenbeiträgen oder Blogartikeln genutzt, denn die Kürze der Meldung kann nicht viel Inhalt tragen:

²²⁴ Experte 4, S. 117

²²⁵ Experte 2, S. 107

²²⁶ Experte 10, S. 142

²²⁷ Experte 2, S. 107

²²⁸ Experte 6, S. 121

„Mit 140 Zeichen ist nicht die Welt zu gewinnen. [...] im Endeffekt was die machen ist, dass sie [...] Blog, Foren-Einträge etc. promoten, [...].“²²⁹

Keine Alternative bietet Twitter jedoch bei der Recherche bestimmter Fachthemen:

„[...] Twitter ist wirklich die letzte Instanz.“²³⁰

Es gibt jedoch auch gegenteilige Meinungen. Einige Nerds nutzen Twitter als täglichen Kanal zur Informationsbeschaffung, um auf dem Laufenden zu bleiben und Nachrichten zu verfolgen. Gerade die Kürze der Meldung steht hier im Mittelpunkt und die Selektionsmöglichkeit wird positiv bewertet:

[...] „weil Du auf 140 Zeichen die wichtigsten Infos kriegst. Und wenn Dich etwas interessiert, dann liest Du halt nach. Du kannst Dir mit Twitter Deine Interessen sehr genau zusammenstellen.“²³¹

Die **Businessnetzwerke** LinkedIn und XING wurden von den Experten thematisch nur kurz erwähnt. XING dient der persönlichen Vorstellung und Kontaktaufnahme:

„Bei XING bin ich angemeldet. [...] zu Präsentationszwecken, weil es jeder ist und um Nachrichten an Leute zu schreiben, die ich nirgendwo anders in den Kontakten habe.“²³²

Auch das internationale Pendant zur Plattform XING, LinkedIn, dient der Pflege privater Kontakte:

„LinkedIn verwende ich [...] nicht, um einen Job zu suchen, sondern um Kontakt zu halten. Mehr Privat.“²³³



Im Hinblick auf das Kommunikationsverhalten der Befragten, ist zunächst festzuhalten, dass der Softwareentwickler auch über einen eigenen Blog kommuniziert, sofern er eine adäquate Pflege des Blog-Inhalts zeitlich einrichten kann:

²²⁹ Experte 1, S. 102

²³⁰ Experte 2, S. 112

²³¹ Experte 6, S. 121

²³² Experte 8, S. 131

²³³ Experte 2, S. 106

„Ich versuche regelmäßig mein eigenes Blog zu pflegen.“²³⁴

Soziale Netzwerke haben im Arbeitsleben der Befragten weniger Verwendung, wenn es um fachspezifische Informationsbeschaffung geht. Die Bedeutung der Kommunikation über die sozialen Netzwerke ist insgesamt eher gering einzuschätzen, da offenbar kein Bedarf an der Nutzung dieser besteht:

„Es besteht kein Bedarf mit anderen Leuten direkt über soziale Netzwerke zu kommunizieren [...]“²³⁵

Zudem ist das Mitteilungsbedürfnis der Zielgruppe nicht so stark ausgeprägt, weshalb diese Kanäle zur Kommunikation wenig genutzt werden:

„[...] Weil ich nicht so ein Mitteilungsbedürfnis habe. Im persönlichen Gespräch ja, aber das jetzt mit irgendwelchen Leuten zu teilen, die man irgendwann mal gesehen hat. Sich da zu entscheiden, an welche Liste von Personen man das jetzt schickt, ist mir einfach zu lästig.“²³⁶

Teilweise wird Twitter als Kommunikationskanal genutzt:

„Tagsüber twittere ich halbwegs passablen technischen Kram.“²³⁷

Auch Foren, die hauptsächlich der Informationsgewinnung dienen, werden teilweise als Kommunikationsmittel genutzt. Etwa wenn eine vorgeschlagene Lösung ausprobiert wurde:

„Wenn das ein wirklich aktives Forum ist. Meist suche ich dann mein Problem, finde irgendwo was und nutze es dann. Wie es lief, teile ich dann mit.“²³⁸

Themenrelevante **Chatrooms** dienen dem Entwickler als Kommunikationskanal, um schnellen Entwicklersupport zu erhalten oder mit Evangelisten in Kontakt zu treten:

„[...] dann gehe ich in [...] ISC-Channels um mir direkten Support zu holen [...]“²³⁹

Die **E-Mail** wurde von den Befragten als ein sicheres Medium angegeben. Es stellt für die Nerds die förmlichste Kommunikationsvariante dar und ermöglicht dem Empfänger eine gewisse Flexibilität in seinem Antwortzeitraum:

„[...] derjenige, der die E-Mail bekommt, kann sich dann aussuchen, wann er reagiert.“²⁴⁰

²³⁴ Experte 1, S. 103

²³⁵ Experte 3, S. 113

²³⁶ Experte 3, S. 113 f.

²³⁷ Experte 2, S. 107

²³⁸ Experte 10, S. 143

²³⁹ Experte 2, S. 111

²⁴⁰ Experte 9, S. 138



Durch die weitverbreitete Nutzung der Suchmaschine Google stellte sich die Frage nach der Messung der Informationsqualität, welche wiederum ausschlaggebend für den ersten Klick ist. Die Interviews haben gezeigt, dass das Google-Ranking und die Anzeige der ersten Textbausteine der Google-Treffer ausreichend Informationen liefern. Damit trifft der Softwareentwickler die Entscheidung zum Klick:

„[...]das Ranking über Google ist wichtig.“²⁴¹

„[...] in dem Textausschnitt steht meist schon viel drin und man sieht, ob der Treffer relevant ist und Qualität hat.“²⁴²

Ebenso sind die Reputation und der Bekanntheitsgrad der Quelle, der Aktivitätsgrad innerhalb der Quelle sowie die erste augenscheinliche Fachrelevanz ausschlaggebende Kriterien zum Klick des Treffers:

„Wer-weiss-was.de wäre nicht so praktisch.“²⁴³

Die Gespräche ergaben, welche medialen **Geräte zur Informationsaufnahme und Kommunikation** bevorzugt genutzt werden. Das Tablet und das Smartphone sind für das Lesen von Büchern und Artikeln sowie das Surfen im Internet sehr gut geeignet:

„Ich nutze mein iPad, um Artikel zu lesen.“²⁴⁴

„[...] ich lese nur über mein Tablet oder mein Smartphone.“²⁴⁵

Der Personal Computer wird hauptsächlich zu Recherchezwecken genutzt und dient zu Programmier- und Entwicklungsarbeiten.



Letztlich hegt der Softwareentwickler eine enge Verbindung zum Internet hat. Der Nerd holt sich im World Wide Web die Informatio-

²⁴¹ Experte 6, S. 120

²⁴² Experte 8, S. 130

²⁴³ Experte 10, S. 144

²⁴⁴ Experte 1, S. 101

²⁴⁵ Experte 4, S. 118

nen, die er benötigt, um Projekte zu bearbeiten, seine Freizeit zu gestalten und sich auszutauschen. Er gehört zur *Generation Internet*. Online zu sein, ist essentiell, denn ohne Internetanschluss wäre auch das innovativste Technik-Gadget nutzlos. Google – als die beste Suchmaschine identifiziert – unterstützt den Softwareentwickler in allen Lebenslagen. Warum jemanden persönlich fragen, wenn es Google gibt? So muss sich der Softwareentwickler nicht auf eine ausschweifende Kommunikation einlassen und zunächst erklären, warum er eine Antwort benötigt und wie er überhaupt auf das Problem oder Thema gestoßen ist. Über das Internet und Google kann er selbst entscheiden, welche virtuelle Antwort seiner Frage gerecht wird. Er kann die diversen Antworten miteinander vergleichen und sie bewerten. Eine Möglichkeit, die im direkten Gespräch nicht zur Verfügung steht.

Die Auswertung und Analyse der Interviews ergab zudem, dass der Softwareentwickler auf den korrekten Umgang mit dem Internet und den darin zur Verfügung stehenden Kommunikations- und Informationskanälen Wert legt. Für ihn kommen soziale Netzwerke nur sehr selten zum Einsatz, da er kein Mensch ist, der sein Leben mit Mitgliedern eines sozialen Netzwerkes teilen will. Eine Offenbarung seines Gemütszustandes findet er genauso unwichtig, wie unqualifizierte Technik-Kommentare auf Plattformen wie Facebook, XING oder Twitter. Selbst ein *gesundes Maß* an Narzissmus kann dem Softwareentwickler nicht zugeschrieben werden. Seine persönlichen Gedanken und sein Privatleben sind schlichtweg Informationen, die er im Internet keinesfalls verbreitet. Geht es um technikrelevante Themen, lässt sich der Softwareentwickler manchmal dazu hinreißen, Google+ zu nutzen. Die große Technik-Community, die dahinter steht, lässt den Entwickler von seiner Meinung abweichen. Hält der Entwickler die Quelle der Information jedoch für nicht vertrauenswürdig, ist der Inhalt des *Posts* häufig uninteressant und das Interesse an der Plattform sinkt kontinuierlich.

Die Kommunikation mit Gleichgesinnten ist dem Softwareentwickler, wie vorangegangen erörtert, wichtig. Deshalb ist er ein großer Befürworter von Foren. Dort kann er sein Anliegen entweder zur Diskussion stellen oder qualifizierte Antworten finden. Da diese Foren themenspezifisch aufgebaut sind, kann sich der Entwickler sicher sein, dass keine fachfremden Personen involviert sind. Er kann also in seinem Fachjargon schreiben, ohne missverstan-

den zu werden. Dieser Fakt bedeutet für den Softwareentwickler einen Vorteil, den er im alltäglichen Leben nur in seinem Job vorfindet.

Ein Newsletter spricht den Softwareentwickler selbst dann nicht an, wenn er von Softwareunternehmen versendet wurde. Da Newsletter meistens von Marketing- und Kommunikationsmitarbeitern der Unternehmen verfasst werden, findet sich der Entwickler in den Inhalten nicht wieder. Durch die Ausdrucksweise und Themenbeschreibung wird für ihn schnell ersichtlich, dass es sich bei den Autoren solcher Newsletter nicht um Entwickler handelt, der die Inhalte verfasst und die Themenauswahl getroffen hat. Der Nerd wird von anderen Reizen angesprochen, welche dem Nicht-Entwickler unbekannt sind. Den Newsletter verstehen die Experten als reine Werbeaktivität, die irrelevant ist und nicht beachtet wird.

Der Softwareentwickler vermittelt den Anschein, als wisse er selbst am besten, welche Bedürfnisse er hat und wann er sich mit neuen Tools oder Produkten auseinandersetzen möchte. Auffällige Werbebanner auf Webseiten, durch die er unmittelbar auf bestimmte Inhalte gestoßen wird, machen ihn misstrauisch. Die Absicht der Unternehmen, mit solchen Werbebannern über-teuerte Produkte verkaufen zu wollen, findet er unangebracht. Der Softwareentwickler ist ein Mensch, der sich nicht viel aus Statussymbolen macht. Er trägt nicht die neueste Markenkleidung, fährt nicht das neueste Auto und geht auch nicht in die teuersten Clubs der Stadt. Warum sollte er also Geld für etwas ausgeben, das Softwareunternehmen bereichert, obwohl er das Tool unter Umständen selbst programmieren kann? Open Source-Produkte kommen dem Entwickler daher sehr entgegen. Sie sind kostenlos, weitgehend werbefrei und deshalb in der Entwicklergemeinschaft sehr beliebt.

Der Softwareentwickler scheint ein sehr aufmerksamer und zurückhaltender Mensch zu sein, der niemanden unnötig aus dem Konzept bringen will. Er denkt, dass das was ihn stört, auch andere stören könnte. Aus diesem Grund vermeidet der Softwareentwickler bereits vorab die direkte, persönliche Kommunikation. Die E-Mail ist das Kommunikationsmedium, mit dem der Entwickler niemanden unmittelbar stört und dem Kommunikationspartner genügend Spielraum für die Antwort lässt.

Der Softwareentwickler legt Wert darauf, über Fachthemen seiner Branche informiert zu sein. Weiß er nicht weiter, wird sofort die passende Antwort gesucht. Will er nähere Informationen zu etwas erhalten, wird umgehend ge-

googelt. Interessiert ihn eine Schlagzeile, wird sich sofort über die einschlägigen Seiten informiert. Das mobile Endgerät ist dabei ein wichtiger Begleiter. Für Langeweile bleibt ihm wegen des permanent mit dem Internet verbundenen Gerätes keine Zeit.

All diese Erkenntnisse können für Unternehmen, die sich mit Softwareentwicklung als Zielgruppe auseinander setzen, einen Mehrwert bedeuten. Um die Ergebnisse besser darzulegen, stellt das nachfolgende Kapitel die Erkenntnisse dieser Arbeit in einer Informationsvisualisierung grafisch dar. Anschließend wird die Thematik rund um die Definition des Nerd noch einmal aufgegriffen. Der abschließende Punkt 6.4 beinhaltet eine Handlungsempfehlung für Unternehmen, die anhand der Ergebnisse dieser Forschung abgeleitet werden konnte.

6.2 Informationsvisualisierung

Die Ergebnisse dieser Arbeit umfassen 20 Seiten Text. Verschiedene Sachverhalte können jedoch auch auf anderen Wegen und mit weniger Text dargestellt werden. „Die moderne Welt wird vom Bild, nicht mehr vom Wort dominiert.“²⁴⁶ Dies äußert sich gerade im journalistischen Bereich durch die vermehrte Veröffentlichung von Informationsgrafiken. Sie sind ein geeignetes Mittel, um umfangreiche oder gar komplexe Sachverhalte einfach und verständlich darzustellen.

MICHAEL STOLL, Professor für Informationsdesign und Medientheorie der Hochschule Augsburg erklärt in einem Interview die Hauptaufgabe der Informationsgrafik. Laut ihm soll sie „visualisieren und vermitteln“²⁴⁷, also damit die Informationen für den Leser so aufbereiten, dass sie durch einen Blick verständlich sind.

Die vorliegende Arbeit soll dem Anspruch der zeitgemäßen Informationsaufbereitung gerecht werden und fasst die Ergebnisse daher mit einer Informationsgrafik zusammen.

²⁴⁶ Boehme-Neßler, 2010, S. 56

²⁴⁷ Stoll, 2011

6.3 Der Nerd aus der Perspektive des *Nerd*

„Also, ich bin gerne ein Nerd.“²⁴⁸

Da der heutige Softwareentwickler laut der populärwissenschaftlichen Literatur den Nerd repräsentiert²⁴⁹, wird nachfolgend eine Definition zugrunde gelegt, die anhand der Aussagen der Befragten Entwickler erarbeitet wurde. So ist ein klareres Bild der Persönlichkeit zu erhalten. Zunächst ist eine besonders interessante Erkenntnis der Interviewauswertung hervorzuheben. Fünf von zehn Interviewteilnehmern bezeichneten sich selbst als Nerd, darunter eine weibliche Person. Die anderen Fünf bezeichneten sich als Geek. Der Aussage, nach der der heutige Softwareentwickler den Nerd repräsentiert, ist daher kritisch zu begegnen. Einige Interviewteilnehmer empfanden die Begrifflichkeit immer noch stark negativ belastet. Als Nerd wollten sie sich daher nicht beschreiben. Somit ist ebenso der Aussage zu widersprechen, die Begrifflichkeit sei heutzutage nicht mehr negativ belastet.

Durch sein gezieltes Themeninteresse und seine volle Bereitschaft, sich vorwiegend mit einer bestimmten Thematik auseinanderzusetzen, verliert der Nerd den Blick für seine Umwelt. Auf seine direkte Umgebung wirkt er daher etwas merkwürdig:

„Er ist halt jemand, der sich in einem bestimmten Thema besonders gut auskennt und daher auf andere Leute ein bisschen befremdlich wirkt.“²⁵⁰

Im Grunde ist der Nerd in der Gesellschaft akzeptiert. Er besitzt ein großes IT-Wissen und beschäftigt sich häufig auch nach der Arbeit mit IT-Themen. Zudem zeichnet er sich durch die Fähigkeit aus, komplexe Zusammenhänge, vor allem im mathematisch technischen Kontext schnell zu erfassen:

„Das sind Leute, die Dir im Kopf die Schaltfunktion des Rechners erklären und nebenbei logische Funktionen ausrechnen. Das sind für mich die Nerds. Also wirklich die Hardcore Computerleute. Die von A bis Z jeden Schaltkreis kennen und Dir jede Funktion ausrechnen können und jede Software kennen.“²⁵¹

Damit kann ihm eine hohe Intelligenz attestiert werden.

„Oft haben die auch Fähigkeiten, [...] die auch gerne belächelt werden. Dann kann man sagen, der normale Mensch ist in Mathe schlecht. [...]. Der Nerd versteht [...] nicht, warum man Mathe nicht kann, dass ist ein Unding. Mit Mathe ist das auch so

²⁴⁸ Experte 3, S. 115

²⁴⁹ Vgl. Bendel, 2012, S. 9

²⁵⁰ Experte 4, S. 118

²⁵¹ Experte 8, S. 128

eine Sache, da braucht man bestimmte Gehirnregionen, die aber anderen Gehirnregionen widersprechen. Wie eben die Kommunikativität und einfach die sozialen Fähigkeiten.“²⁵²

In seiner Freizeit beschäftigt er sich mit Computerspielen und außergewöhnlichen Hobbies²⁵³, die auf Außenstehende anfänglich ebenso befremdlich wirken, wie seine introvertierte Art.

Charakteristisch ist insbesondere das Äußere des Nerds. Laut den Befragten wirkt seine Hautfarbe blass und er trägt eine Hornbrille²⁵⁴. Prominentes Beispiel ist Sheldon Cooper, die Serienfigur aus der US-amerikanischen Serie *The Big Bang Theory*.

„Ein Nerd ist der klassische Informatiker. Er trägt eine Hornbrille, sitzt immer im Keller und ist deshalb ganz blass. Sozial inkompetent ist er. Ein gutes Beispiel für einen Nerd ist Sheldon Coopers von The Big Bang Theory.“²⁵⁵

Die Aussagen der Befragten können an dieser Stelle zusammengefasst werden:

Der Nerd ist ein intelligenter Mensch mit großem Interesse an komplexen Themen, wie IT-Fragen oder Mathematik. Die Brille ist sein Markenzeichen und Freizeitaktivitäten, die nicht dem Mainstream entsprechen, wecken sein Interesse.

6.4 Kritische Würdigung im Hinblick auf die Gütekriterien

Die vorliegende Arbeit bediente sich der qualitativen Sozialforschung. Das leitfadengestützte Experteninterview diente der Datenerhebung und die qualitative Inhaltsanalyse der Datenauswertung. Dabei wurden folgende inhaltsanalytische Gütekriterien beachtet und zur Absicherung der Forschung angewandt:

Hinsichtlich der **Verfahrensdokumentation** wurden jegliche Schritte bis zur Datenerhebung sowie Datenauswertung schriftlich dokumentiert. Damit erhielt der Forschungsprozess Transparenz, wodurch der Forschungsprozess

²⁵² Experte 9, S. 140

²⁵³ Vgl. Experte 9, S. 140

²⁵⁴ Ob das Selbstbild der Nerds mit der Wirklichkeit übereinstimmt, darf bezweifelt werden. Allein neun der zehn Befragten, waren keine Brillenträger.

²⁵⁵ Experte 10, S. 147

vom Leser nachvollzogen werden kann. Im Hinblick auf die **argumentative Interpretationsabsicherung** kann konstatiert werden, dass die individuellen Interpretationen hinsichtlich der Handlungsempfehlung einem klaren Argumentationsmuster unterlagen. Interpretationsgrundlage waren die Aussagen der zehn interviewten Experten. Die Masterarbeit ging zudem **regelgeleitet** vor. Anhand des inhaltsanalytischen Ablaufmodells nach MAYRING wurden die relevanten Analyseschritte festgelegt und bearbeitet. Die geführten Experteninterviews fanden nicht in der Arbeitsumgebung der Untersuchungspersonen statt. Jedoch wurde das Forschungsziel offen kommuniziert, sodass ein Interview nur bei Interesse der angefragten Untersuchungsperson zustande kam. Die Interviews verfolgten das Ziel, die Fragen bezüglich des Informations- und Kommunikationsverhaltens hinsichtlich der Mediennutzung zu beantworten. Auch die befragten Experten konnten sich durch ihre Antworten teilweise selbst reflektieren und erhielten im Sinne der Selbstwahrnehmung einen Mehrwert. Die **Nähe zum Gegenstand** kann damit für die vorliegende Forschung als erfüllt gelten. Nach Auswertung und Interpretation der Ergebnisse konnte keine **kommunikative Validierung** durchgeführt werden. Damit sind die Ergebnisse nicht durch einen Experten überprüft worden, so dass die Richtigkeit der Ergebnisse nicht mit Sicherheit festgestellt werden kann. Das Gütekriterium **Triangulation** befindet sich ebenfalls nicht in der vorliegenden Arbeit. In dieser Arbeit kam ausschließlich die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring zur Anwendung, in der das Experteninterview das Mittel zur Datenerhebung darstellt. Bei der Analyse und Interpretation fanden dabei lediglich die individuellen Aussagen der Experten Berücksichtigung.

Damit wurden vier von sechs Gütekriterien erfüllt. Doch trotz der Unvollständigkeit bei der Anwendung der Gütekriterien ist die Qualität der Ergebnisse positiv zu bewerten. Die Vollständigkeit der Kriterien dient lediglich der Absicherung der Ergebnisse.

7 Handlungsempfehlung

„Wir können nicht alles tun, aber wir müssen tun, was wir können.“
William „Bill“ Clinton (*1946), 42. Präsident der USA (1993-2001)

Das Ziel dieser Arbeit war nicht nur die Beantwortung der Forschungsfrage, sondern anhand der Ergebnisse auch Handlungsempfehlungen zu entwickeln. Diese sollen es relevanten Unternehmen erleichtern, die Zielgruppe der Softwareentwickler bestmöglich anzusprechen.

Die vorliegenden Ergebnisse der qualitativen Untersuchung lassen erahnen, dass der Softwareentwickler von Unternehmen gezielter angesprochen werden muss. Marketing- und Kommunikationsaktivitäten, die erfolgreich Nicht-Entwickler ansprechen, werden bei der Zielgruppe der Entwickler weniger erfolgreich sein. Nachfolgend werden einige Ergebnisse mit Handlungsempfehlungen verknüpft, welche den Unternehmen helfen sollen, adäquate Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen für die Zielgruppe der Softwareentwickler einzusetzen.

Handlungsempfehlung: Online-Werbung

Blinkende und bunt designte Werbebanner, die am Rand von Webseiten erscheinen und mit der Aufforderung *JETZT* zu klicken viele Nutzer vom eigentlichen Inhalt der Webseite ablenken, bewirken bei Softwareentwicklern das genaue Gegenteil. Gerade diese offensichtliche Aufforderung schreckt ihn ab. Will ein Unternehmen Softwareentwickler über derartige Werbung erreichen, gilt die Devise *Weniger ist mehr*. Gedeckte Farben, keine offensive Aufforderung und ein im schlichtes Äußeres könnten das Interesse des Entwicklers wecken.



Abbildung 5: Beispiel Farbschema: Online-Werbung
Quelle: Eigene Darstellung

Die Vermarktung von Produkten ist ein schwieriges Unterfangen, denn es suggeriert dem Softwareentwickler eine finanzielle Absicht des Werbenden. Wenn möglich sollte eine Technologie, statt eines spezifischen Produkts beworben werden. Beispielsweise: Wir nutzen den GSMA-Standard! Erfahre mehr. Statt: Jetzt neu. Produkt XY erleichtert Deine Arbeit! Klicke hier!

Dass ein Produkt dahinter steht, wird der Entwickler auf der Webseite des Unternehmens erkennen. Doch um das Interesse des Entwicklers zu wecken, einen Klick zu erreichen und damit einen Blick auf die Webseite zu erhalten, könnten seriöse und verknappte Werbebotschaften eine wirksame Maßnahme darstellen.

Handlungsempfehlung: Google-Adwords

Der Softwareentwickler schenkt Werbung generell wenig Beachtung und aktiviert häufig sogar Werbeflocker. Es muss also eine alternative Onlinewerbemaßnahme erarbeitet werden. Da er viel mit der Suchmaschine arbeitet, könnte eine Google-Kampagne den Online-Banner unterstützen oder diesen gänzlich ablösen. Da sich der Softwareentwickler durch das Google-Ranking beeinflussen lässt, ist eine professionelle Suchmaschinenoptimierung ebenso wichtig.

Handlungsempfehlung: Soziale Netzwerke und Foren

Das soziale Netzwerk ist derzeit ein beliebter Informations- und Kommunikationskanal, um Werbemaßnahmen durchzuführen, mit seiner Zielgruppe zu kommunizieren oder einfach nur Präsenz zu zeigen. Ob der Softwareentwickler mit den Social Media Kanälen interagiert, muss das Unternehmen zunächst durch eine quantitative Umfrage herausfinden. Die im Rahmen der vorliegenden Arbeit befragten Softwareentwickler gaben an, Social Media Kanäle wenig zu nutzen und die Sinnhaftigkeit einer solchen Präsenz zu hinterfragen. Berufliches wird mit Facebook und Twitter wenig verknüpft, einzig Google+ erfüllt scheinbar die Ansprüche der technikaffinen Zielgruppe. Ob es Sinn macht, soziale Netzwerke in die Marketingaktivitäten einzubeziehen, muss der Einzelfall entscheiden. Generell sollte ein Unternehmen für die Zielgruppe irrelevante Posts sparsam verwenden und wenn möglich vermeiden.

Da Foren nach Auswertung der hier vorliegenden Ergebnisse ein beliebtes Informationsmittel darstellen, wird empfohlen, diese aktiv zu nutzen. Evange-

listen oder Entwickler des Unternehmens könnten in produktrelevanten Foren Fragen der Softwareentwickler beantworten. Unternehmen sollten hierbei Werbemaßnahmen unbedingt vermeiden. Es geht ausschließlich darum, die Evangelisten des Unternehmens bekannt zu machen, Aufmerksamkeit zu erregen und positive Assoziationen mit dem Namen des Unternehmens zu akquirieren.

Handlungsempfehlung: Newsletter

Ein weiteres wichtiges Thema ist das E-Mail Marketing. Darunter fällt auch der regelmäßige Versand eines Newsletters. Da in der vorliegenden Arbeit festgestellt wurde, dass der Softwareentwickler nach derzeitigen Erkenntnissen Werbemaßnahmen ignoriert, ist der Versand eines Newsletters zunächst kritisch zu betrachten. Zudem merkt der Entwickler schnell, mit wem er es zu tun hat. Um den Softwareentwickler mit einem Newsletter nachhaltig anzusprechen, sind einige Punkte zu beachten: Die erste Handlungsempfehlung ist die Intensivierung der Zusammenarbeit zwischen Evangelisten oder Entwicklern des Unternehmens und der Marketingabteilung. Themen und Inhalte sollten gemeinsam besprochen werden und der erste Textentwurf wenn möglich von einem Entwickler stammen. Er weiß am besten wie Entwickler kommunizieren, sodass der Newsletter authentisch wirkt.

Sind die personellen Ressourcen der Entwickler oder Evangelisten begrenzt, könnte ein weiterer Mitarbeiter eingestellt werden, der den Newsletter entwirft. Sind diese beiden Möglichkeiten in einem Unternehmen nicht zu realisieren, ist es wichtig, den Newsletter so technisch wie möglich zu halten. Ohne ausreichend fachrelevanten Inhalt, ist der Versand des Newsletters zu umzudatieren. Ist abzusehen, dass es künftig kaum hochwertigen Inhalt für den Newsletter gibt, sollte dieser maximal alle zwei Monate versendet werden. Zu viele unwichtige Informationen könnten den Softwareentwickler verärgern. Informationen wie Technik-Updates der eigenen Tools dürfen dennoch, unabhängig vom Newsletter-Versand, kommuniziert werden. Dies belebt das Unternehmen und gibt dem Softwareentwickler Informationen rein technischer Natur.

Handlungsempfehlung: Events

Teure Konferenzen und Messen bieten Unternehmen die Möglichkeit sich zu präsentieren, auf ihre Produkte aufmerksam zu machen und Kontakte zu knüpfen. Doch solche Konferenzen sind nicht nur für die Unternehmen mit Kosten verbunden. Eintritts- und Konferenzpreise liegen heutzutage für Besucher nicht selten bei 600,00 Euro aufwärts. Da nach den ersten Ergebnissen tendenziell festgestellt werden kann, dass der Softwareentwickler sein Geld nicht unbedacht ausgibt und sich aus einem pompösen Lebensstil nichts macht, ist eine alternative Möglichkeit zur Kontaktaufnahme angebracht. Die Alternative muss kostengünstig sein und einen Mehrwert für den Softwareentwickler bedeuten, da er andernfalls schwer davon zu überzeugen sein wird. Eine Handlungsempfehlung, um den Softwareentwickler gezielt zu erreichen, betrifft hier die Organisation eines eigenen Tech Talks. Gemeint ist ein Technik-Event, das in regelmäßigen Abständen an einem oder verschiedenen Orten stattfindet und die Softwareentwickler mit Technik-Themen konfrontiert. Der Eintritt sollte frei sein und für die abendliche Unterhaltung sowie die Verpflegung sollte das Unternehmen aufkommen. Auch hier gilt es zu beachten, dass das Event nicht den Charakter einer Werbeveranstaltung erhält. Während eines Tech Talks sollte der Fokus auf der Technik liegen. Problematiken können besprochen werden, neue und älteren Versionen eines bestimmten Tools können verglichen werden und neuartige Hardware kann schon vor Verkaufsstart bestaunt werden. Zu diesem Zweck könnte ein Unternehmen die eigenen Evangelisten oder Entwickler sowie fremde, jedoch in der Szene bekannte Persönlichkeiten, zu einem Vortrag einladen.

Der Wiedererkennungswert zum eigenen Unternehmen kann unter anderem durch die Gestaltung des Veranstaltungsortes oder durch den Veranstaltungstitel gesteigert werden. Ein Tech Talk ist als ein Prestige-Event in der Szene anzusehen. Er sollte nicht mit der Absicht durchgeführt werden, Produkte zu verkaufen. Hier geht es ausschließlich um Reputation und darum, mehr Traffic²⁵⁶ auf der eigenen Webseite zu generieren.

²⁵⁶ Siehe Glossar

Handlungsempfehlung: Print

Da der Magazinkonsum für den Softwareentwickler nicht allzu relevant ist, kann auf teure Printwerbung verzichtet werden. Diese wird von Softwareentwicklern selten wahrgenommen und bleibt nicht selten ungelesen. Um den Bekanntheitsgrad der unternehmensinternen Evangelisten zu steigern, wäre ein Vorstellungsartikel mit dem Einblick in den technischen Alltag des Evangelisten in einem höher frequentierten Technik-Magazin hilfreich.²⁵⁷ Auch hier ist darauf zu achten, dass der Artikel keinen werblichen Ton enthält. Auf etwaige Referententätigkeiten in Bezug auf Tech Talks des eigenen Unternehmens oder anderen Veranstaltungen kann hingegen hingewiesen werden. Dies weckt möglicherweise die Aufmerksamkeit der Leser, den angekündigten Tech Talk oder die angegebenen Veranstaltung und damit den Vortrag des Referenten zu besuchen.

Handlungsempfehlung: Die firmeneigene Webseite

Die Ergebnisse verdeutlichen den hohen Anspruch der Softwareentwickler bezüglich der inhaltlichen Qualität fachrelevanter Artikel. Die Texte auf der firmeneigenen Webseite sollten daher so präzise wie möglich formuliert sein und dem Fachjargon des Entwicklers und der technikaffinen Zielgruppe gleichen. Scheint der Text von einem Kollegen verfasst zu sein, ist das Interesse schneller geweckt, als wäre er von einem fachfremden Texter oder Marketing-Mitarbeiter formuliert worden. Die Webseite muss den Ansprüchen dieser speziellen Zielgruppe genügen. Allzu viele bunte Grafiken und Aufforderungen sind nicht nötig. Ein minimalistisches Layout, beschränkt auf die wesentlichen Inhalte und eine übersichtliche Struktur, ist erfolgversprechender.

Handlungsempfehlung: Direkte Interaktion

Muss ein Unternehmen Software-Produkte, APIs oder anderweitige Tools verkaufen, ist an dieser Stelle davon abzuraten, ausschließlich terminierte Gespräche mit Vertriebs- und Sales-Mitarbeitern zu führen. Um als Unternehmen Aufmerksamkeit zu gewinnen und nachhaltigen Erfolg im Verkauf

²⁵⁷ Hierzu wäre eine Zielgruppenanalyse nötig. Im Idealfall kann beispielsweise ein in Berlin ansässiges Unternehmen herausfinden, welches Technik-Magazin in Berlin am häufigsten verkauft wird.

von Produkten zu erzielen, könnten Workshops bei potentiellen Kunden eine Möglichkeit sein.

Es wird daher empfohlen, den Sales-Mitarbeiter mit der Terminierung von Workshops und Präsenzphasen in relevanten Unternehmen zu beauftragen. Der Repräsentant sollte möglichst ein unternehmensinterner Softwareentwickler oder Evangelist sein. Gemeinsam mit den Experten der Gegenseite gilt es zu evaluieren, wie deren Arbeitsabläufe optimiert werden können. Durch den Einblick in deren Arbeitsablauf erhält der entsandte einen guten Gesamteindruck in den Arbeitsalltag des jeweils anderen. Zudem kann er durch direkte Gespräche mit den relevanten Personen herausfinden, wo es Verbesserungspotential gibt.

Zurück in seinem Unternehmen hat der entsandte Softwareentwickler oder Evangelist dann die Aufgabe, die gesammelten Ergebnisse zusammenzufassen und anhand des eigenen Produktportfolios zu prüfen. So kann er herausfinden, welches Tool die Arbeitsabläufe des anderen Unternehmens vereinfacht. Ebenso können Vergleiche gezogen werden, um etwa Fragen wie: *Welches unserer Produkte ist ein Pendant zu einem Produkt, dass das andere Unternehmen nutzt?*, zu klären. Beispielsweise können damit Kosteneinsparungen und Leistungsdefizite evaluiert werden. Entscheidet sich ein Unternehmen für eine direkte Zusammenarbeit mit dem ausgewählten Unternehmen, sollten die Unternehmensvertreter auch hier darauf achten, dass der Besuch keinen werblichen Charakter erhält.

Nach der Konzepterstellung im Anschluss des Besuchs gilt es, die Ergebnisse im besuchten Unternehmen vorzustellen und die relevanten Produkte als Testversion im Unternehmen zu installieren. Zudem sind erste Tests und Arbeitsschritte einzuleiten. Es ist ratsam, dass der entsandte das Unternehmen mehrere Tage begleitet und den Angestellten auf den ersten Schritten unterstützend zur Seite steht. Gerade bei hochpreisigen Software-Tools strahlt diese Vorgehensweise eine gewisse Seriosität aus, die die Erfolgserlebnisse der eigenen Mitarbeiter steigern.

Erst nach der Kaufentscheidung ist der Sales-Mitarbeiter erneut einzubinden. Dieser kümmert sich ausschließlich um vertragliche Angelegenheiten und den Vertragsabschluss.

Zielgruppenspezifische Handlungsmuster sind im unternehmerischen Alltag essentiell und entscheiden über Erfolg oder Misserfolg. Nicht jeder Mitarbeiter hat die gleiche Motivation etwas zu tun oder nicht zu tun: dessen müssen sich die Unternehmen bewusst sein. Mit diesen Handlungsempfehlungen ist ein erster Schritt getan, Softwareentwickler adäquat anzusprechen.

8 Resümee und Forschungsausblick

Der vorliegende Schlussteil fasst die Ergebnisse der Forschung zusammen und setzt sich mit den Grenzen dieser Arbeit auseinander. Zudem wird ein Forschungsausblick gewagt, der die Resultate dieser Masterarbeit überprüfen und weiterentwickeln könnte.

Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit geben Aufschluss darüber, wie sich der Softwareentwickler in Bezug auf seine Kommunikation und Information im beruflichen Alltag verhält.

Das Ziel dieser Masterarbeit lag darin, die Forschungsfrage zu beantworten und ausreichend subjektive Sichtweisen zu erhalten, um eine Handlungsempfehlung für Unternehmen zu verfassen.

Die Aufgliederung der Medienkategorien trug zunächst dazu bei, dass das Kommunikationsverhalten und die Art und Weise der Informationsbeschaffung des Nerds beschrieben werden konnte. In der Analyse wurde herausgearbeitet, dass im beruflichen Alltag des Softwareentwicklers **drei Medienkategorien** zur Informationsbeschaffung und Kommunikation ausschlaggebend sind. Die **Primärmedien**, die **Sekundärmedien** und die **Quartärmedien** liefern dem Softwareentwickler verschiedene Wege zur Verbreitung seiner Gedanken und Meinungen, zur Recherche und Problemfindung sowie zur generellen Suche nach Inspiration und Fachwissen. Die Tertiärmedien, beispielsweise das Fernsehen, wurden zwar genannt, spielen in fachlicher Hinsicht jedoch keine Rolle. Der Softwareentwickler nutzt die Quartärmedien als primäre Medienform, um fachbezogene Informationen zu erhalten. Das Internet ermöglicht eine schnelle und gezielte Suche relevanter Informationen, die dem Suchenden unmittelbar zur Verfügung stehen. So unterstützen beispielsweise Online-Foren die Problemsuche und bieten eine geeignete Möglichkeit des fachlichen Austauschs und der Diskussion mit Gleichgesinnten. Soziale Netzwerke wie Facebook sind in diesem Zuge eher zu vernachlässigen. Die meisten solcher Netzwerke dienen lediglich dem privaten Austausch und der Beziehungspflege. Fachliche Kommunikation findet darüber in den seltensten Fällen statt. Google+ ist das einzige Netzwerk, in dem fachlich relevante, technische Inhalte veröffentlicht und diskutiert werden. Eines der wichtigsten Erkenntnisse in dieser Medienkategorie ist jedoch die Google-

Nutzung. Jegliche Probleme, Interessen oder Fragen geben Softwareentwickler über die Suchmaschine ein. Das Ranking der Google-Treffer und der jeweils angezeigte Vorschautext werden häufig als Qualitätsmerkmal des Treffers gewertet. Damit ist für die Unternehmen ein wichtiger Kernbereich des Online-Marketings identifiziert.

Ebenso wichtig wie Suchmaschinen im Online-Sektor ist im Bereich der Primärmedien die zwischenmenschliche Kommunikation am Arbeitsplatz und auf dem sogenannten Tech Talk. Diese Art Veranstaltung nutzen die Nerds als Diskussionsforum und zum Informationsaustausch. Die Kommunikation mit Gleichgesinnten, ob fremd oder bekannt, steht hier an oberster Stelle. Probleme können dort durch die Tipps anderer Entwickler oder gar durch den Evangelisten des veranstaltenden Unternehmens gelöst werden.

Gelegentliche Wegbegleiter sind auch die Printmedien. Diese Medienkategorie wird allenfalls bei fehlendem Internetzugang genutzt, um der Langeweile entgegenwirken. Printmagazine und Zeitschriften werden nur in speziellen Fällen gekauft.

Die technischen Geräte, die der Softwareentwickler zum Medienkonsum nutzt, sind der Computer, das Laptop sowie das Tablet und Smartphone. Bei Entwicklungsaufgaben und der Fachrecherche verwendet der Nerd hauptsächlich den Computer oder das Laptop.

Die gewonnen Erkenntnisse dieser Masterarbeit erheben keinen Anspruch auf Allgemeingültigkeit. Dennoch vermitteln sie einen ersten Eindruck davon, wie die Person des Nerd mit der fachspezifischen Informationsbeschaffung und Kommunikation umgeht. Durch die Analyse der Experteninterviews lernt der Leser die Zielgruppe der Softwareentwickler nicht nur besser kennen. Alle Facetten der fachspezifischen Informationsbeschaffung konnten darüber hinaus umfassend analysiert werden. Dies betrifft beispielsweise das Recherche- und Informationsverhalten des Entwicklers, das in der Regel von den jeweils beherrschten Programmiersprachen abhängt.

So recherchiert ein PHP-Entwickler in der gezielten Entwicklerdokumentation über *php.net* und weniger über die in dieser Arbeit oft genannte Rechercheplattform *Stackoverflow.com*.

Zudem offenbarten sich weitere Unterschiede zwischen den Befragten. Während der eine nach seiner Arbeitszeit nicht mehr mit fachspezifischen Themen

konfrontiert werden möchte, sucht der andere am Abend nach aktuellen Informationen aus der Technikwelt. Mit einer größeren Stichprobe und einer gezielten Sampling-Auswahl könnten in einer weiterführenden Forschung die verschiedenen Entwicklertypen herausgearbeitet und analysiert werden.

Insgesamt konnten Tendenzen sichtbar und bestimmte Vorlieben der medialen Nutzung hinsichtlich des Kommunikations- und Informationsverhalten des Nerds sichtbar gemacht werden. Wie LAMNEK erklärt, ist der Grund einer qualitativen Sozialforschung, „[...] die möglichst unverfälschte Erfassung der sozialen Wirklichkeit [...]“²⁵⁸ Diese soziale Wirklichkeit wurde mit der vorliegenden Forschung und der strukturierten, methodischen sowie regelgeleiteten Herangehensweise abgebildet.

Das Vorgehen durch das qualitative Experteninterview bildete einen guten Einstieg, um die Zielgruppe kennenzulernen und einen Eindruck davon zu bekommen, wie der in der Gesellschaft als sozial isoliert beschriebene Nerd²⁵⁹ wirklich ist. Gerade die offene Gesprächsführung und die lockere Atmosphäre haben zur erfolgreichen Beantwortung der Forschungsfrage beigetragen. So stellt gerade das Experteninterview für die vorliegende Zielgruppe eine gute Forschungsmethode dar. Dennoch könnte beispielsweise die Methode der teilnehmenden *Beobachtung* einen noch tieferen Einblick in das Leben und ein besseres Verständnis in den Arbeitsalltag des Softwareentwicklers ermöglichen. Zwar findet diese Untersuchungsmethode derzeit noch eher geringe Beachtung innerhalb der Sozialwissenschaften²⁶⁰. So könnten Fragen wie *Welche Probleme treten während des beruflichen Alltags auf?* oder *Wie verhält sich der Softwareentwickler bei einem für ihn scheinbar unlösbaren Problem?* durch die teilnehmende Beobachtung geklärt werden. Von derartigen Erkenntnissen profitieren insbesondere Unternehmen, die Produkte entwickeln, welche den beruflichen Alltag des Entwicklers erleichtern sollen.

Die Zielgruppenerforschung der Softwareentwickler steht noch am Anfang. So gibt es zahlreiche Anknüpfungspunkte zu weiteren Forschungsthemen.

²⁵⁸ Lamnek, 2005, S. 86

²⁵⁹ Duden Wörterbuch, 2007, Stichwort Nerd, S. 1202

²⁶⁰ Vgl. Lamnek, 2005, S. 549

Beispielsweise könnte in einer Master- oder Doktorarbeit der Unterschied zwischen dem beruflichen und privaten Informations- und Kommunikationsverhalten analysiert werden.

Auch im Bereich des Personalwesens ermöglichen derartige Forschungsprojekte Unternehmen einen Marktvorteil bei der Rekrutierung talentierter Softwareentwickler. So könnte die Frage geklärt werden, welche Rekrutierungsstrategie vom Headhunter eingesetzt werden muss, um einen bestimmten Softwareentwickler für das Unternehmen zu gewinnen. Dies beträfe nicht nur die erste Kontaktaufnahme sondern auch die Aufbereitung und Veröffentlichung der Stellenanzeige.

Die moderne Gesellschaft sieht sich immer stärker mit der IT-Welt konfrontiert. Der Nerd und dessen Arbeit sind in der heutigen computergesteuerten Welt nicht mehr wegzudenken. Diese Masterarbeit vermittelte einen ersten Eindruck dieses Charakters, doch gänzlich kennengelernt haben wir ihn nicht. Es gibt noch viel zu entdecken.

Glossar

<A/>

APIs (Application Programming Interface)

Die API ist eine Programmierschnittstelle. Mit Hilfe einer Programmierschnittstelle können Dienste (Beispielsweise Telekommunikationsdienste wie SMS oder MMS) von anderen Anbietern direkt von deren Datenbank genutzt und in die eigene Webanwendung oder Homepage integriert werden.²⁶¹

Apps

Eine App ist eine zusätzliche Anwendung, die jedes mobile Endgerät geladen werden kann. Hierzu gehören Spiele und Zeitungen genauso wie Virensoftware, GPS-Empfänger und Navigationssysteme.

Broadcasting

Das Fernsehen sowie das Radio sind die traditionellen Formen des Broadcast. Informationen werden ausschließlich an den Empfänger gegeben, keine Information wird zurück transportiert, keine Interaktion findet statt. Der Empfänger kann lediglich unter angebotenen Inhalten auswählen.²⁶²

Browser (Web-Browser)

Mit Hilfe des Browser können die Inhalte des Internet grafisch dargestellt werden. Durch die Hilfe des Browser können also HTML-Dokumente ausgelesen und angezeigt werden. Zu den allgemein bekannten Browsern gehört unter anderem Mozillas *Firefox*, Apples *Safari* und der *Internet Explorer* von Microsoft.²⁶³

<C/>

Cracker

Ein Cracker kann den Kopierschutz, unter anderem von Spielen, CDs oder DVDs umgehen, so dass das Medium beliebig vervielfältigt werden kann.

<D/>

Digital Natives

Der Begriff Digital Natives beschreibt die „Eingeborenen des digitalen Zeitalters“. Die Digital Natives sind in einer Welt aufgewachsen, in der das Internet schon vollkommen existierte und zum Alltag gehörte. Die sogenannten Digital Natives sind daher online affiner und damit anspruchsvoller als Generationen, die ohne Internet aufgewachsen sind.²⁶⁴

²⁶¹ Vgl. Steyer, 2010, S. 802-803

²⁶² Vgl. IT-Wissen, Braodcasting

²⁶³ Vgl. IT-Wissen, Web-Browser

²⁶⁴ Vgl. Palfrey et.al., 2009, S. 9

<E/>

Evangelist (Developer Evangelist)

Der Developer Evangelist ist meist über ein bestimmtes Unternehmen angestellt. Er reist zu verschiedenen Events, um dort als Sprecher aufzutreten und die Produkte des Unternehmens anderen Softwareentwickler zu erläutern. Er ist eine Schnittstelle zwischen Unternehmen und Außenwelt ohne werblich zu sein. Der Evangelist will nichts verkaufen, er weist lediglich auf etwas hin und zeigt Präsenz.

<F/>

Framework

Ein Framework ist in der Softwareentwicklung ein Basisgerüst, welches den Entwicklungsrahmen sowie den Aufbau des Designs festlegt, um bestimmte Anwendungen zu programmieren. Vornehmlich werden Frameworks in der objektorientierten Programmierung genutzt.²⁶⁵

<H/>

Hacker

Der Begriff Hacker kann auf verschiedene Weisen gedeutet werden. Im Hinblick auf die Informatik ist ein Hacker eine Person, der sich in fremde System, Spiele oder Anwendungen *hackt*. Er greift also auf den Quellcode zu und verändert die Syntax.²⁶⁶

<I/>

Instant Messaging

Das sogenannte Instant Messaging ist besser bekannt als Chat. Die Live-Übertragung von Kommunikation, Bildern oder Videos steht hier im Mittelpunkt. Mittlerweile ist das Instant-Messaging auch auf Smartphones verfügbar, beispielsweise durch den Dienst *Whats App* oder den Messenger des sozialen Netzwerkes Facebook.²⁶⁷

<M/>

Microblogging

Das Microblogging ist eine verkürzte Form des Blogs. Informationen werden hier textlich begrenzt. Twitter ist ein Microblogging Dienst und limitiert die Information des Nutzers auf jeweils 140 Zeichen pro Information.

Mailing-Liste

Die Mailing-Liste verwaltet die Einverständniserklärungen der Newsletter-Abonnenten, ob Informationen an die angegebene E-Mail versendet werden dürfen oder nicht. Je nachdem welche Thematiken der Abonnent angegeben hat, wird er für jedes Einverständnis

²⁶⁵ Vgl. IT-Wissen, Framework

²⁶⁶ Vgl. Springer Gabler Verlag, Stichwort Hacker

²⁶⁷ Vgl. IT-Wissen, Instant Messaging

einen Eintrag in der jeweiligen Mailing-Liste erhalten. Meldet er sich in einer Liste ab, erhält er weiterhin Informationen zu anderen Thematiken.²⁶⁸

<P/>

Podcast

Podcast stammt von den Begriffen iPod (MP3-Player von Apple) und Broadcast ab. Ein Podcast ist ein Audiobeitrag, der über einen Podcast-Server abgespielt oder heruntergeladen werden kann. Über einen Podcast-Client gelangen die Dateien auf ein internetfähiges Gerät oder der Podcast wird online über das jeweilige Podcast-Verzeichnis, wie beispielsweise podcast.de abgespielt.²⁶⁹

<R/>

RSS-Feed (Really Simple Syndication)

Wird ein RSS-Feed einer bestimmten Internetquelle abonniert, erhält der Leser eine Themenübersicht in Listenform. Es werden nur Überschriften angezeigt. Jede Überschrift ist mit einem Link ausgestattet, sodass der Leser bei Interesse, durch Klick auf die Überschrift direkt zum Artikel geleitet wird. RSS-Feeds werden von einem sogenannten RSS-Reader oder Newsreader gelesen.²⁷⁰

<S/>

Square

Der englische Begriff *Square* wird mit dem Wort *Langweiler* ins Deutsche übersetzt.²⁷¹

Screencast

Screencasts werden häufig dazu verwendet, bestimmte Anwendungen oder Arbeitsschritte bildlich darzustellen und zu erklären. Dazu wird der eigene Bildschirm gefilmt und mithilfe von schriftlichen oder verbalen Erklärungen ergänzt. Die Sequenzen werden schlussendlich zusammengeschnitten und als Video online gestellt.²⁷²

Smartphone

Das Smartphone ist weniger als ein Gerät zum telefonieren zu betrachten. Es ist vielmehr ein mobiles Gerät, welches seinem Nutzer, durch bestimmte Daten-Flatrates, Internet zur Verfügung stellt sowie die Funktionserweiterung durch kostenfreie- oder kostenpflichtige Apps gewährleistet.²⁷³

²⁶⁸ Vgl. Nefzger, 2007, S. 131

²⁶⁹ Vgl. IT-Wissen, Podcast

²⁷⁰ Vgl. IT-Wissen, RSS-Feed

²⁷¹ Pons Online-Wörterbuch, Stichwort Square

²⁷² Vgl. IT-Wissen, Screencast

²⁷³ Vgl. Amberg et.al., 2011, S. 308

<T/>

Traffic

Mit Traffic werden die Besuche der Webseite, mitsamt ihren Unterseiten bezeichnet. Umso mehr Besuche die Webseite hat, umso höher ist der Traffic. Zudem werden die sogenannten Visitors (Besucher, die nicht das erste Mal auf der Seite sind, beispielsweise registrierte Besucher), die Unique Visitors (neue Besucher), einzelne Seitenaufrufe und die gezielten Aufrufe von Dateien innerhalb der Seite unterschieden.²⁷⁴

<W/>

Webcast

Aus den Begriffen Web und Broadcast zusammengesetzt, beschreibt der Webcast ein Service, der es ermöglicht einen bestimmten Beitrag Live zu verfolgen. Zudem kann währenddessen mit weiteren Teilnehmern des Webcast sowie den Teilnehmern der Aufzeichnung interagiert werden. Ist keine Live-Übertragung erwünscht, können über die jeweiligen Bibliotheken themenrelevante Videos abgespielt werden.²⁷⁵

Webinar

Ein Webinar ist eine Lehrveranstaltung, die über das Web also über das Internet abgehalten wird. Dazu können dem Lehrer interaktiv Fragen gestellt werden. Die Webinar-Teilnehmer können miteinander interagieren.²⁷⁶

²⁷⁴ Vgl. IT-Wissen, Traffic

²⁷⁵ Vgl. IT-Wissen, Webcast

²⁷⁶ Vgl. IT-Wissen, Webinar

Bibliografische Abkürzungen

J.	Jahr
Aufl.	Auflage
o.J.	ohne Jahr (gang)
o.V.	ohne Verfasser
o.O.	ohne Ort
bearb.	Bearbeitet
Bd. (Bde.)	Band (Bände)
Vollst.	Vollständig
Überarb.	Überarbeitete

Literaturverzeichnis

<A/>

ADAMS, P. WILLI: *Die USA im 20. Jahrhundert*. 3. Auflage, München 2012

AMBERG, MICHAEL (Hrsg.); LANG, MICHAEL (Hrsg.): *Innovation durch Smartphone & Co: Die neuen Geschäftspotenziale mobiler Endgeräte*. Düsseldorf 2011

ATTESLANDER, PETER.: *Methoden der empirischen Sozialforschung*. 13., neu bearbeitete und erweiterte Aufl., Berlin 2010

BALZERT, HELMUT; BALZERT, HEIDE; KRENGEL, ANDREA; POGUNTKE, WERNER: *Dienste im Internet*. In: BALZERT, HELMUT; KRENGEL, A., POGUNTKE, W.: *Das Internet. Beruflich und privat effizient und sicher nutzen*. Herdecke/Bochum 2005. S. 47 - 128.

BENDEL, OLIVER: *Die Rache der Nerds*. Konstanz/München 2012

BOEHME-NESSLER, VOLKER: *Die Macht der Bilder und die Ohnmacht des Rechts - Wie die Dominanz der Bilder im Alltag das Recht verändert*. Berlin/Heidelberg 2010.

BONFADELLI, HEINZ: *Was ist öffentliche Kommunikation? Grundbegriffe und Modelle*. In: BONFADELLI, HEINZ; JARREN, OTFRIED; SIEGERT, GABRIELE (Hg.): *Einführung in die Publizistikwissenschaft*. 2., vollständig überarb. Aufl., Bern/Stuttgart/Wien 2005. S. 73 - 102.

<D/>

DAHINDEN, URS; TRAPPEL, JOSEF: *Mediengattungen und Medienformate*. In: Bonfadelli, Heinz; Jarren, Otfried; Siegert, Gabriele (Hg.): *Einführung in die Publizistikwissenschaft*. Vollständig überarbeitete Aufl., Bern/Stuttgart/Wien 2005. S. 389 - 424.

DANESI, MARCEL: *Geeks, Goths, and Gangstas: Perspectives on Youth Culture*. Toronto 2010.

DER BROCKHAUS in fünf Bänden: *Stichwort Medium*. Band 3: Ip-Mus., 9. Neu bearb. Aufl., Leipzig/Mannheim, 2000.

DITTMAR, JAKOB F. (Hg.): *Berliner Schriften zur Medienwissenschaft*. Bd. Nr. 8, zweite erweiterte Aufl. Berlin 2010.

DUDEN. DEUTSCHES UNIVERSALWÖRTERBUCH: *Stichwort Nerd*. 6., überarb. und erweiterte Aufl., Mannheim/Leipzig/Wien/Zürich 2007.

<F/>

FRAAS, CLAUDIA; MEIER, STEFAN; PENTZOLD, CHRISTIAN: *Online-Kommunikation: Grundlagen, Praxisfelder und Methoden*. München 2012.

FAULSTICH, WERNER: *Medienwissenschaft*. Paderborn 2004a.

FAULSTICH, WERNER: *Grundwissen Medien*. Stuttgart 2004b.

FIEDLER, LESLIE AARON: *Freaks: Myths and Images of the Secret Self*. o.O. 1978.

FRÜH, WERNER: *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. Konstanz 2007.

FLICK, UWE; VON KARDOFF, ERNST; STEINKE, INES (HG.): *Was ist qualitative Forschung? Einleitung und Überblick*. In: FLICK, UWE; VON KARDOFF, ERNST; STEINKE, INES (HG.): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. 9. Aufl., Reinbeck bei Hamburg 2012. S. 13 - 29.

<G/>

GEISEL, T. SEUSS: *If I Ran the Zoo*. Aktualisierte Aufl., New York 1977.

GLÄSER, JOCHEN; LAUDEL, GRIT: *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse*. 3. Überarbeitete Aufl., Wiesbaden 2009.

GOLDT, MAX: *Mind-boggling – Evening Post*. Taschenbucheausgabe 1/2001, München 2001.

GORDEN, RAYMOND L.: *Interviewing: Strategy, techniques, and tactics*. Homewood, Illinois 1975.

<H/>

HASEBRINK, UWE: *Ergebnisse der Mediennutzungsforschung*. In: Jarren, Ottfried (Hrsg.): *Medien und Journalismus 2*. Eine Einführung. Opladen 1995.

HETTLER, UWE: *Social Media Marketing. Marketing mit Blogs, Sozialen Netzwerken und weiteren Anwendungen des Web 2.0*. München 2010.

HELLFERICH, CORNELIA: *Die Qualität qualitativer Daten. Manuel für die Durchführung qualitativer Interviews*. 4. Auflage. Wiesbaden 2011.

HEYMANN-REDER, DOROTHEA: *Social Media Marketing. Erfolgreiche Strategien für Sie und Ihr Unternehmen*. München 2011.

HOPF, CHRISTEL: *Qualitative Interviews – ein Überblick*. In: FLICK, UWE; VON KARDOFF, ERNST; STEINKE, INES (HG.): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. 9. Aufl., Reinbeck bei Hamburg 2012. S. 349 - 360.

HOPF, CHRISTEL; WEINGARTEN, ELMAR: *Qualitative Sozialforschung*. 3. Aufl., Stuttgart 1993.

HOPF, CHRISTEL: *Die Pseudo-Exploration – Überlegungen zur Technik qualitativer Interviews in der Sozialforschung*. In: Zeitschrift für Soziologie, Jg.7, Heft 2, S. 97-115., Stuttgart 1978.

<K/>

KIRK, LUKE: *The little Book of Geeks*. London 2005.

KIRK, KIRSKEY: *Computer Factoids: Stories from the High-Tech Underbelly*. Lincoln 2005.

KIELHOLZ, ANNETTE: *Online-Kommunikation. Die Psychologie der neuen Medien für die Berufspraxis*. Heidelberg 2008.

KOWAL, SABINE; O'Connel, C. DANIEL: *Zur Transkription von Gesprächen*. In: FLICK, UWE; VON KARDOFF, ERNST; STEINKE, INES (HG.): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. 9. Aufl., Reinbeck bei Hamburg 2012. S. 437 - 447.

<L/>

LAMBERT, LAURA; WOODFORD, CHRIS; MOSCHOVITIS GROUP: *The Internet: A Historical Encyclopedia*. California 2005.

LEMBKE, GERALD; SOYEZ, NADINE (Hrsg.): *Digitale Medien im Unternehmen. Perspektiven des betrieblichen Einsatzes von neuen Medien*. Berlin, Heidelberg 2012.

LOOP, MICHAEL: *Being Geek. The Software Developer's Career Handbook*. 2010.

LAMNEK, SIEGFRIED: *Qualitative Sozialforschung*. 4. Vollst. überarb. Auflage, Weinheim, Basel 2005.

<M/>

MALETZKE, GERHARD: *Kommunikationswissenschaft im Überblick. Grundlagen, Probleme, Perspektiven*. Opladen/Wiesbaden 1998.

MALETZKE, GERHARD: *Psychologie der Massenkommunikation*. Hamburg 1963.

MAYRING, PHILIPP: *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. 11., aktual. und überarb. Aufl., Weinheim/Basel 2010.

MAYRING, PHILIPP: *Einführung in die Qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken*. 5. Aufl., Weinheim/Basel 2002.

McCULLER, PATRICK: *How to Recruit and Hire Great Software Engineers: Building a Crack Development Team*. New York 2012.

<N/>

NUGENT, BENJAMIN: *American Nerd. The Story of My People*. New York 2008.

NEFZGER, WOLFGANG: *E-Mail Marketing mit Agnitas OpenEMM*. München 2007.

<P/>

PALFREY, JOHN G.; GASSER, URS; TOPALOVA, VIOLETA: *Generation Internet: Die Digital Natives – Wie sie leben - Was sie denken - Wie sie arbeiten*. (Originaltitel: *Born Digital. Understanding the First Generation of Digital Natives*. New York), München 2008.

PEZOLDT, KERSTIN; SATTler, BRITTA: *Medienmarketing. Marketingmanagement für werbefinanziertes Fernsehen und Radio*. Stuttgart 2009.

PRIESTER, KARIN: *Populismus. Historische und aktuelle Erscheinungsformen*. Frankfurt/Main 2007.

PROSS, HARRY: *Medienforschung: Film, Funk, Presse, Fernsehen*. Darmstadt 1972.

PÜRER, HEINZ: *Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch*. Konstanz 2003.

<S/>

SCHNEIDERS, WERNER: *Das Zeitalter der Aufklärung*. 3. Aufl., München 2005.

SCHWEIGER, WOLFGANG: *Theorien der Mediennutzung: Eine Einführung*. Wiesbaden 2007.

SEGALLER, STEPHEN: *NERDS 2.0.1. A brief history of the internet*. Oregon 1998.

STEYER, RALPH: *Das JavaScript Handbuch: Einführung, Praxis und Referenz*. München 2010.

STÖCKER, CHRISTIAN: *Nerd Attack! Eine Geschichte der digitalen Welt vom C64 bis zu Twitter und Facebook*. 3. Aufl., München/Hamburg 2011.

STÖBER, RUDOLF: *Neue Medien. Geschichte. Von Gutenberg bis Apple und Google. Medieninnovation und Evolution*. Bremen 2013 (Blome, Astrid; Böning, Holger; Nagel, Michael (Hrsg.): Presse und Geschichte – Neue Beiträge, Band 72).

STRAUSS, ANSELM L.: *Grundlagen qualitative Sozialforschung*. 2. Aufl., München 1998.

<T/>

TUCKER, CARRIE: *I Love Geeks. The official Handbook*. Avon 2009.

<W/>

WEISCHER, CHRISTOPH: *Sozialforschung: Theorie und Praxis*. Konstanz 2007.

<Z/>

ZARELLA, DAN: *Das Social Media Marketing-Buch*. Köln 2012.

ZITTLAU, JÖRG: *Nerds. Wo eine Brille ist, ist auch ein Weg*. Berlin 2011.

Internetquellen

<A/>

ARD MEDIATHEK: *The Nerd is the new hero. Der Held des Digitalzeitalters*.
HTML-Dokument: <http://www.ardmediathek.de/bayern-2/zuendfunk-generator-bayern-2?documentId=7900328>
* Zuletzt abgerufen: 28. Mai 2013.

BITKOM (A) Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (Hrsg.): *IT-Mittelstand sucht Software-Entwickler*.
HTML-Dokument: http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Presseinfo_Mittelstand_Fachkraeftebedarf_28_11_2012.pdf
*Letzter Zugriff: 07. April 2013.

BITKOM (B) Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (Hrsg.): *Social Media in deutschen Unternehmen*.
HTML-Dokument: [http://www.bitkom.org/files/documents/Social_Media_in_deutschen_Unternehmen\(4\).pdf](http://www.bitkom.org/files/documents/Social_Media_in_deutschen_Unternehmen(4).pdf)

* Letzter Zugriff: 21. August 2013.

BENECKE, MARK: *Geliebte mit hunderttausend Volt*.

HTML-Dokument: http://www.zeit.de/2001/29/Geliebte_mit_hunderttausend_Volt

*Letzter Zugriff: 25. April 2013.

BENEKE, DENNIE: *Bist Du Geek oder Nerd [Infografik]*. 2012.

HTML-Dokument: <http://t3n.de/news/geek-nerd-infografik-368069/>

*Letzter Zugriff: 15. August 2013.

BRANDT, MATTHIAS: *Top 10 der sozialen Netzwerke in Deutschland*. 2013. In: Statista. Das Statistik Portal

HTML-Dokument: <http://de.statista.com/themen/138/facebook/infografik/907/top-10-der-sozialen-netzwerke-in-deutschland/>

*Letzter Zugriff: 30. August 2013.

<D/>

DOBE, BETTINA: *Trotz Social Collaboration. Die E-Mail stirbt doch noch nicht*.

HTML-DOKUMENT: <http://www.cio.de/email/2907462/>

* Letzter Zugriff: 29. April 2013.

<F/>

FORBES MAGAZINE: *Marissa Mayer*

HTML-DOKUMENT: <http://www.forbes.com/profile/marissa-mayer/>

* Letzter Zugriff: 22. April 2013

FOCUS ONLINE: Hintergrund: Facebook – das größte Online-Netzwerk der Welt

HTML-DOKUMENT: http://www.focus.de/tagesthema/internet-hintergrund-facebook-das-groesste-online-netzwerk-der-welt_aid_899722.html

* Letzter Zugriff: 26. August 2013

<G/>

GESELLSCHAFT FÜR KONSUMFORSCHUNG (Hrsg.): *Fast jeder zweite Jugendliche nutzt Smartphone*. Studie der GfK zu mobilen Endgeräten.

PDF-DOKUMENT: http://www.gfk.com/de/documents/pressemitteilungen/2012/20120405_pm_smartphones_dfin.pdf

* Letzter Zugriff: 07. April 2013

<H/>

HIPPNER, HAJO: *Bedeutung, Anwendungen und Einsatzpotenziale von Social Software*.

In: HILDEBRAND, KNUT; HOFMANN JOSEPHINE (Hg.): *Social Software*. HMD 252, 43. Jahrgang, o.O. 2006. S. 1 – 15

PDF-DOKUMENT: <http://hmd.dpunkt.de/252/>

* Letzter Zugriff: 14. Mai 2013

<I/>

IT-WISSEN. DAS GROSSE ONLINE-LEXIKON FÜR INFORMATIONSTECHNOLOGIE:

Stichwort Broadcasting

HTML-QUELLE: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Browser-browser.html>

* Letzter Zugriff: 21. Juli 2013

Stichwort Framework

HTML-QUELLE: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Framework-framework.html>

* Letzter Zugriff: 10. Juni 2013

Stichwort Instant-Messaging

HTML-QUELLE: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Instant-Messaging-IM-instant-messaging.html>

* Letzter Zugriff: 30. Mai 2013

Stichwort Podcast

HTML-QUELLE: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Podcasting-podcasting.html>

* Letzter Zugriff: 10. Juni 2013

Stichwort RSS-Feed

HTML-QUELLE: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/RSS-Feed-RSS-really-simple-syndication.html>

* Letzter Zugriff: 07. Juli 2013

Stichwort Screencast

HTML-QUELLE: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Screencast-screencast.html>

* Letzter Zugriff: 10. Juni 2013

Stichwort Traffic

HTML-QUELLE: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/traffic-Datenverkehr.html>

* Letzter Zugriff: 04. September 2013

Stichwort Web-Browser

HTML-QUELLE: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Browser-browser.html>

* Letzter Zugriff: 21. Juli 2013

Stichwort Webcast

HTML-QUELLE: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Webcast-web-cast.html>

* Letzter Zugriff: 07. Juli 2013

Stichwort Webinar

HTML-QUELLE: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Webinar-webinar.html>

* Letzter Zugriff: 21. Juli 2013

Stichwort Podcast

HTML-QUELLE: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Browser-browser.html>

* Letzter Zugriff: 21. Juli 2013

<K/>

KAHLE, CHRISTIAN (2011): *Fachkräftemangel: Programmierer zu oft Nerds.*

HTML-DOKUMENT: <http://winfuture.de/news,65104.html>

* Letzter Zugriff: 04. April 2013

<M/>

MANAGER MAGAZIN ONLINE: *Yahoo kauft App von britischem Teenager.*

HTML-DOKUMENT: <http://www.manager-magazin.de/unternehmen/it/a-890851.html>

* Letzter Zugriff: 04. April 2013

<N/>

NEUMÜLLER, CHRISTIAN: *Chronologie des Internet.*

HTML-DOKUMENT: http://www.dasinternet.net/chronologie_des_internet.php

* Letzter Zugriff: 20. April 2013

<P/>

PINGDOM BLOG: *Internet 2012 in numbers.*

HTML-DOKUMENT: <http://royal.pingdom.com/2013/01/16/internet-2012-in-numbers/>

* Letzter Zugriff: 15. Mai 2013

PONS VERLAG (Hrsg.), ONLINE-WÖRTERBUCH DEUTSCH-ENGLISCH:

Stichwort Square

HTML-Dokument: <http://de.pons.eu/englisch-deutsch/word+square>

* Letzter Zugriff: 26. August 2013

PONS VERLAG (Hrsg.), ONLINE-WÖRTERBUCH DEUTSCH LATEIN:

Stichwort Medium

HTML-Dokument: <http://de.pons.eu/dict/search/results/?q=medium&l=dela&in=&lf=de>

* Letzter Zugriff: 26. August 2013

<R/>

REUTER, MICHAEL (2012): *Die App ist das Medienprodukt der Zukunft.*

HTML-Dokument: <http://www.appadvisors.de/2012/04/die-app-ist-das-medienprodukt-der-zukunft/>

* Letzter Zugriff: 06. April 2013

<S/>

SCHMIDT, HOLTER (2011): *Die Software-Entwickler werden erwachsen.*

HTML-Dokument: <http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/campus/neue-berufsfelder-die-software-entwickler-werden-erwachsen-11373636.html>

* Letzter Zugriff: 25. April 2013

SCHMITT, PETER-PHILLIP (2011): *Facebook-Gipfeltreffen. Bitte lächeln, Mark Zuckerberg.*

HTML-Dokument: <http://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/menschen/facebook-gipfeltreffen-bitte-laecheln-mark-zuckerberg-1580399.html>

* Letzter Zugriff: 21. April 2013

SPIEGEL (Hrsg.): *Amerikas Dolchstoßlegende.* Ausgabe 26/1953

PDF-Dokument: <http://wissen.spiegel.de/wissen/image/show.html?did=25656551&aref=image035/E0245/SP195326-014-T2P-018.pdf>

* Letzter Zugriff: 06. Mai 2013

SPIEGEL ONLINE: *Netzgipfel: Obama trifft Jobs, Zuckerberg und Schmidt.*

HTML-Dokument: <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/netzgipfel-obama-trifft-jobs-zuckerberg-und-schmidt-a-746203.html>

* Letzter Zugriff: 26. August 2013

SPRINGER GABLER VERLAG (Hrsg.), GABLER WIRTSCHAFTSLEXIKON:

Stichwort Chat.

HTML-Dokument: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/77301/chat-v6.html>

* Letzter Zugriff: 17. Mai 2013

Stichwort Information.

HTML-Dokument: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/information.html>

* Letzter Zugriff: 23. August 2013

Stichwort: Hacker.

HTML-Dokument: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/1408496/hacker-v2.html>

* Letzter Zugriff: 26. August 2013

STATISTA: *Anzahl der Smartphonebenutzer in Deutschland seit 2010.*

HTML-DOKUMENT: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/198959/umfrage/anzahl-der-smartphonenumutzer-in-deutschland-seit-2010/>

* Letzter Zugriff: 05. April 2013

STOLL, MICHAEL: Interview geführt von FÜSSLER, CLAUDIA am 15. Mai 2011. In: Zeit Online (Hrsg.): *Daten sichtbar machen*.

HTML-Dokument: <http://www.zeit.de/2011/20/Interview-Infografik>

* Letzter Zugriff: 04. September 2013

SÜDDEUTSCHE DIGITAL (A): *Vom Nerd zum Superstar - Bill Gates*.

HTML-Dokument: <http://www.sueddeutsche.de/digital/vom-nerd-zum-superstar-bill-gates-vom-nerd-zum-superstar-1.272472>

* Letzter Zugriff: 29. Juni 2013

SÜDDEUTSCHE DIGITAL (B) : *Prominente Nerd-Brillen – Der große Durchblick*

HTML-Dokument: <http://www.sueddeutsche.de/leben/stilkritik-nerd-brillen-frueher-haesslich-heute-stylish-1.963725>

*Letzter Zugriff: 21. August 2013

<T/>

THE C-64 SCENE DATABASE: *Eagle Soft Incorporated Intro (Eagle 1x1) 1987*

HTML-Dokument: <http://csdb.dk/release/viewpic.php?id=96894&zoom=1>

* Letzter Zugriff: 27. August 2013

<U/>

UNTEREINER, VIKTORIA: *Die Barbie-Puppe wird zum Computer-Nerd*.

HTML-Dokument: <http://www.welt.de/wirtschaft/article7135432/Die-Barbie-Puppe-wird-zum-Computer-Nerd.html>

* Letzter Zugriff: 04. April 2013

<Z/>

ZERFAß, ANSGAR: *Corporate Blogs: Einsatzmöglichkeiten und Herausforderungen*.

PDF-DOKUMENT: <http://www.zerfass.de/CorporateBlogs-AZ-270105.pdf>

* Letzter Zugriff: 23. Mai 2013

Anhang A: Cracker Abbildungen



Abbildung 1: Weißkopfseeadler – Commodore 64
Quelle: The C-64 Scene Database

Gecrackte Startbildschirme der Computerspiele des Commodore 64.¹

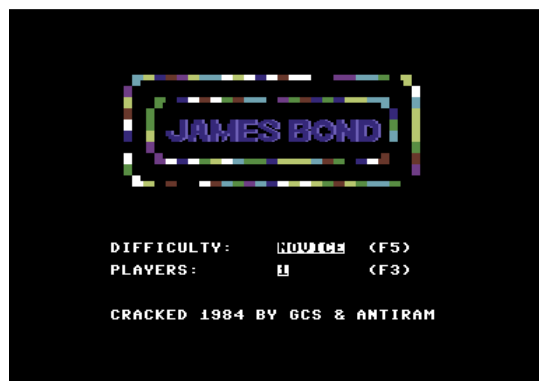


Abbildung 2: Beispiel Crack 1984
Quelle: Recollection

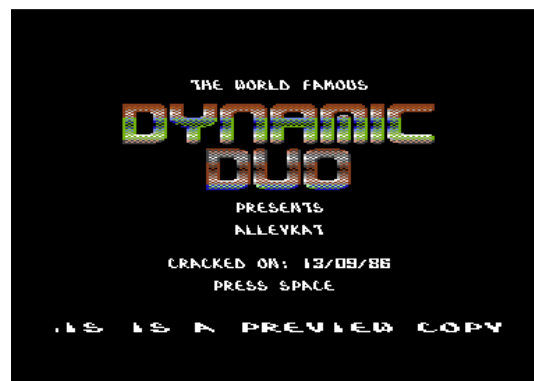


Abbildung 3: Beispiel Crack 1986
Quelle: Recollection

¹ Mehr Informationen sind auf den Seiten atlantis-prophecy.org zu finden.

Anhang B: Interviewvorbereitung

1 E-Mail Anschreiben

Sehr geehrte/r Frau/Herr,

im Rahmen meiner Masterarbeit, bin ich auf der Suche nach Softwareentwicklern, die Lust auf ein Interview hätten.

Ich untersuche die Mediennutzung von Softwareentwicklern im Hinblick auf das Informations- und Kommunikationsverhalten. Im beigefügten Infoblatt finden Sie weitere Informationen und gerne können Sie mich telefonisch unter der Nr. 0178 5531676 erreichen.

Ich würde mich sehr freuen, Sie zu diesen Themen als Experte zu befragen.

Mit den besten Grüßen

Yasmina Thamri

2 Interviewinformation

Medien und ihre Relevanz für Softwareentwickler.

Eine qualitative Untersuchung über das Informations- und Kommunikationsverhalten des heutigen Nerd.

THEMEN

- Welche Medien nutzen Sie und warum?
- Welche Kommunikationswege nutzen Sie?
- Wo und wie holen Sie sich fachspezifische Informationen?

DETAILS

- Das Interview findet persönlich statt
- Die Interviewdauer liegt bei 25:00 bis 45:00 Minuten
- Ort: Ihre Entscheidung



Das Interview wird aufgrund der Auswertungsmethode auf Tonband aufgezeichnet. Sollte dies nicht gestattet sein, werden ausschließlich Notizen angefertigt.



Ihre Daten werden nur zum Zwecke der Masterarbeit genutzt und vertraulich behandelt.



Eine Anonymisierung Ihrer Person kann nach Wunsch erfolgen.

KONTAKT

Sie können mich täglich per E-Mail oder Telefon erreichen:

yasmina.thamri@googlemail.com
Mobil: 0178 5531676

Ich freue mich auf Sie!

3 Leitfaden

Bevor das Interview begonnen wurde, wurde vorab eine Allgemeine einleitende Frage zur Person gestellt. Da der vorherige Kontakt mit den Interviewpartnern sehr nett verlief und E-Mails häufig direkt mit der Ansprache *Du* beantwortet wurden, fanden alle Interviews in der *Du-Form* statt.

Inhaltlicher Beginn

Wo suchst Du Dir fachspezifische Informationen?

Gibt es regelmäßige Quellen, die Du aufsuchst?

Welche Gründe gibt es, zur Informationsbeschaffung?

Wenn Printmedien noch nicht genannt wurde:

Wie stehst Du zu Printmedien?

Warum wird nicht genutzt oder genutzt?

Besuchst Du fachspezifische Veranstaltungen?

Wenn ja, warum?

Wenn Du etwas Fachspezifisches kommunizieren willst, auf welchem Wege machst Du das, wie teilst Du Dich mit?

Im Kopf zu behalten: Social Media (Blogs, Foren, FB, G+, Twitter, Ding, LinkedIn etc.)

Zusatzfrage

Zur Beantwortung der Forschungsfrage ist es nicht zwingend notwendig, die persönliche Definition der Begriffe Nerd und Geek zu erfragen. Da sich jedoch eine gute Gelegenheit bot, diese Thematik anzusprechen, wurde zum Ende des Interviews diese Thematik mit allen Interviewpartnern kurz besprochen, dazu wurde folgende Frage gestellt:

Meine Masterarbeit behandelt zudem die Thematik Nerd und Geek. Gerne würde ich von Dir noch wissen, wie Du zu den Begriffen stehst und ob Du Dich auch als Nerd oder Geek ein kategorisieren würdest?

Anhang C: Interviewdurchführung

1 Experte A

Ort: ParkInn Hotel Lobby, Berlin

Interviewdauer: 45:09 Minuten am 04. Juni 2013

Y: Ich würde zunächst einmal gerne hören, was Du beruflich so machst?

Experte 1: Was ich mache?

Y: Genau

Experte 1: Ich bin CTO und Chief Evangelist bei Firma XY. Das heißt meine Aufgaben und die Aufgaben meines Teams das ich leite, sind auf der einen Seite Produktentwicklungen und den Produktbetrieb technisch zu begleiten. Wenn ich über Produkte rede meine ich Software, die entweder direkt an den Provider gegeben wird oder für Developer-Dienstleistungen erstellt werden. Also immer mit der Zielgruppe Developer im Fokus. Wir erzeugen Software, betreiben diese auch und machen den Support dafür. Und auf der anderen Seite habe ich ein Teil im Team, Evangelisten, die im Endeffekt an die Zielgruppe der Developer herantreten und diese Produkte, mit Hilfe von technischen Inhalten weitergeben. Ein bisschen Sales Support machen sie auch teilweise. Sie sprechen aber hauptsächlich zu Technikern als Techniker. Meine Rolle ist auf der einen Seite Teamlead zu sein und auf der anderen Seite bin ich sehr stolz darauf, dass ich in allen Punkten mitreden kann oder auch mal als Evangelist auf die Bühne hopsen kann. Auch selbst geschriebene Demos kann ich mal machen. Ich kann also auch noch selber Software schreiben. Das ist in dem Job, glaube ich, eine doch sehr wichtige Eigenschaft.

Y: Du siehst Dich also trotz Deiner Stellung als Teamlead immer noch als Softwareentwickler?

Experte 1: Ich sehe mich als Entwickler, ja. Ich bin sicherlich nicht der klassische Entwickler - In dem Sinne, dass ich sozusagen über den Projektzyklen ein bisschen schwebe. Dass ich meine eigenen Projektzyklen haben und das ich nicht den Qualitätsanforderungen unterworfen bin, wie sie ein typischer Entwickler so hat. Ich habe ein bisschen den Vorteil, dass ich auf der einen Seite ein bisschen die Architektur machen darf. Ich darf sehr viel ausprobieren und muss sehr viel Neues sehen. Das geht weniger in die Tiefe, mehr in die Breite. Die Dinge muss ich dann aber auch ausprobieren. Auf der anderen Seite steht das Thema Evangeliums, da darf ich dann auch mal kleine eigene Projekte machen. Die stellt man dann vor und hat dabei einen guten Spaßfaktor. Also Ja, ich würde mich als Entwickler sehen. Sicherlich aber nicht als der Standardentwickler, den man sich so landläufig vorstellt.

Y: Okay, das klingt spannend. Du hast gerade gesagt, Du suchst gerne nach Neuem. Du bist also immer offen für neue Dinge. Wonach suchst Du da gezielt und wie suchst Du?

Experte 1: Ich würde sagen, es sind so zwei Bereiche. Das eine ist, dass man in dem Moment wo konkrete Anfragen kommen, nach konkreten Themen recherchiert. Wenn ich mal ein Beispiel machen darf.

Y: Ja, klar.

Experte 1: Wir hatten gerade einen Call mit XY. Es kam dort die Frage auf, wie unsere Position als Unternehmen ist und was das für uns heißt. Diesen Auftrag nehme ich dann und kümmer mich ganz konkret um dieses Thema. Das gilt auch immer, wenn neue Produkte kommen oder andere Dinge. Ich recherchiere, wenn wir uns in eine Richtung speziell ausrichten müssen und dazu auch spezielle Informationen aufbauen müssen. Und was auch typisch für Developer ist, dass man ein generelles Interesse an den Dingen hat, die so passieren. Das man eben sehr viele News-Seiten durchliest und damit auch einen Tagesablauf hat. Wenn ich morgens ins Büro komme und den Rechner hochfahre, dann gibt es so ein paar Webseiten die ich typischerweise täglich absurfe. Dazu gehört sowas wie GigaOm oder TechCrunch.

Y: Und was willst Du da für News finden?

Experte 1: Das sind allgemein technische News. GigaOm sehr stark so aus dem Innovationsbereich, viel mit Start-Ups und was es da so für neue Ideen gibt. Teilweise auch Dinge, die in der Informatik neu gemacht worden sind. Zum Beispiel bin ich auch Mitglied im IEEE.

Y: IEEE, was ist das denn genau. Das hab ich noch nie gehört?

Experte 1: Das ist die amerikanische Elektrotechniker Vereinigung. Sowas wie der VDE der Deutschen nur auf amerikanisch. Die haben einen sehr starken Computerarm. Da bin ich Mitglied und die haben auch News. Aus allen möglichen Bereichen, die irgendwas mit Software oder mit Elektronik zu tun haben. Im Endeffekt trage ich eben Neuigkeiten zusammen. Von Satellitentechnik über Robotik über Prozessoren. Diese News scannt man einfach so regelmäßig ab. Für mich ist das ein Morgenritual. Kaffee dazu und die News abgrasen die es dort so gibt.

Y: Okay. Und suchst Du da immer gezielt auf den Webseiten. Also beispielsweise auf der TechCrunch-Webseite oder gibt es da andere Wege.

Experte 1: Also TechCrunch funktioniert wie ein Blog. Deswegen gibt es im Endeffekt zwei Möglichkeiten um TechCrunch zu konsumieren. Die eine Möglichkeit ist, du gehst direkt auf die Webseite und schaust Dir konkret die Abfolge der Artikel an. Oder du nimmst ein RSS Feed. Fasst also mit einem RSS Reader das Ganze an. Beim IEEE gibt es ein gedrucktes Journal, dass wird auch gedruckt geschickt. Meistens erwische ich mich dann dabei, dass ich schon ewig nicht mehr auf die Webseite geguckt habe.

Y: Also hast Du ein Magazin-Abo?

Experte 1: Ich habe ein Abo, genau. Das kommt mit der Mitgliedschaft. Ja.

Y: Also kriegst Du das kostenfrei?

Experte 1: Also kostenfrei ist es nicht, es ist Teil der Mitgliedschaft.

Y: Hättest Du es Dir, wenn es theoretisch möglich wäre, auch ohne die Mitgliedschaft abonniert?

Experte 1: Gute Frage. Ich glaube ich würde es mir ab und zu kaufen. Weil es wirklich ein für mich sehr interessantes Magazin ist und ein sehr breites Spektrum hat. Von rechts bis links eben alles anschaut. Und eben nicht nur Software, Software, Software. Sondern eben auch über Randbereiche, wie Robotik informiert. Teilweise greifen sie auch Themen wie Cyber Security und Cyber War, auf und beleuchten diese dann von verschiedenen Gesichtspunkten aus. Auch werden diese Themen mal von der juristischen Seite beleuchtet. Also ich finde das Magazin schon ziemlich cool. Ich gehe da auch oft auf die Webseite. Eigentlich ist mein gesamter Printkonsum in den letzten Jahren auch fast auf Null zurückgegangen. Ich mache einfach sehr viel über die Webseiten, weil das einfach aktueller ist.

Y: Okay, weil es aktueller ist...

Experte 1: Es ist aktueller und der zweite Punkt ist, Du kannst tiefer schürfen. Also Du kannst sehr schnell in die Tiefe gehen. Es gibt eigentlich zwei Situationen, wo ich was mit Magazinen mache. Einmal, wenn ich die schon vergessenen aber abonnierten Magazine kriege, da blätter ich nochmal durch. Das andere ist, wenn ich längere Zugfahrten vor mir habe, wo kein Internet ist. Dann lohnt sich das, dann schaut man sich das an. Aber ansonsten sind Webseiten für News wirklich die Quelle.

Y: Okay. Du sagst also, wenn das Abo kein Teil der Mitgliedschaft gewesen wäre, hättest Du nichts abonniert.

Experte 1: Genau. Ich hab auch kein anderes Zeitschriften Abo. Ich habe früher Jahrelang die CT gelesen und die hatte ich auch abonniert. Das ist aber schon acht Jahre her.

Y: Warum willst Du das jetzt nicht mehr?

Experte 1: Es ist auf der einen Seite sehr viel. Wenn Du das Abo wirklich ausnutzen willst, musst Du Dich wirklich damit beschäftigen. Du musst ziemlich viel Zeit damit verbringen und das auch wirklich lesen. Gerade die CT ist ein halber Katalog, dass ist ja unglaublich viel.

Y: Das heißt also, wenn Du nach fachspezifischen Informationen suchst, suchst du nur auf Webseiten.

Experte 1: Primär.

Y: Gezielt beispielsweise über Blogs?

Experte 1: Es gibt da zwei Sorten von Blogs. Es gibt journalistische Blogs. Ich würde sagen, sowas wie TechCrunch ist ja schon sehr journalistisch, da ist wenig subjektive Meinung drin. Und wenn, dann merkt man das deutlich. Dann gibt es die persönlichen Blogs von irgendwelchen Leuten, die irgendwelche Tipps und Tricks gefunden haben. Das hat eine andere Qualität. Sie ist in anderen Situationen angebracht. Wenn ich mich über eine Technologie generelle Information möchte, suche ich eher über journalistische Blogs, Blogs von Herstellern und Webseiten von Herstellern. Eben auf TechCrunch, GigaOm und so weiter. Die haben eine halb journalistische Vorgehensweise. Wenn du nach einer konkreten Problemlösung oder sowas suchst, diese Nummer findest du eher auf persönlichen Blogs.

Y: Das hört sich an, als wäre das Blog quasi ein erster Anlaufpunkt? Wenn Du Dir jetzt vorstellst, Du bist in einem Projekt und kommst nicht weiter...

Experte 1: Ja, erstaunlicherweise in den meisten Fällen ist das so. Denn exakt diese Problemstellung die Du jetzt gerade hast, hatte in den meisten Fällen schon jemand anderes. Der hat ein Blog-Artikel in seinem persönlichen Blog geschrieben. Der hat eben aus seiner Brille heraus geschrieben. Trotzdem muss man da ein bisschen vorsichtig sein. Die Kollegen die pflegen das Blog ja nicht. Dann merkst Du, dass es sich um eine veraltete Version handelt, die der eingesetzt hat oder der ist auf einer anderen Plattform unterwegs gewesen. Das ist dann total anders. Du musst vorsichtiger mit der Information von persönlichen Blogs umgehen. Die autoritativen Blogs von der Qualität her höher und decken solche Aspekte mit ab. Die nehmen das dann schon mal mit und bereiten das auf für dich.

Y: Okay, also das machst Du, wenn Du was ganz neues entwickelst.

Experte 1: Richtig.

Y: Und wie machst Du das, wenn Du mit schon vorhanden Produkten arbeitest?

Experte 1: Also ich habe mich mal selber ein bisschen beobachtet und habe eine Art Modell gebaut, wie ich das sehe. Für mich ist das so, dass ein Entwickler so einen typischen Lebenslauf hat. Der ist projektbezogen. Du beginnst eigentlich am Anfang mit einer explorativen Phase, die dann fast 100 Prozent der gesamten Geschichte ausmacht. Und wenn Du die große Chance hast, so wie ich zu arbeiten, dann darf diese explorative Phase sehr lange sein. Selbst wenn Du dann in die Produktivphase kommst, hast Du immer noch eine große Menge explorative Geschichten. Und in dieser explorativen Phase ist es genauso, wie ich es beschrieben habe. Du versuchst solchen High-Level Content zu finden, wie in Blogs. Teilweise auch Video-Blogs, eine Sache die ich Ratengeil finde, um es deutlich zu sagen, ist Channel 9 von Microsoft. Von Microsoft .msdn.com, ist super cool.

Y: Was findet man da, Tutorials? Oder was ist das?

Experte 1: Genau, Du findest dort eigentlich eine ganze Menge. Was deren eigentliche Idee war bei Channel 9 ist, dass sie in das Büro von demjenigen gegangen sind, der jetzt irgendwas verbochen hat. Also beispielsweise zum Cournel-Entwickler von Windows, der für das Scheduling im Windows zuständig war. Da sind sie in sein Büro gegangen, haben erstmal den Typen und sein Büro vorgestellt und haben ein paar Scherze mit ihm gemacht. Nachher hat der Typ in seinem Büro, an seinem Whiteboard erklärt, was er so gemacht hat und warum er das so gemacht. Was er für Beweggründe hatte etc. Das war enorm interessant, weil es Dir diese Einflugebene geöffnet hat. Weil es Dir jemand erklärt hat, wie als würde er es Dir wirklich jemand erklären. Und der Typ der das gemacht hat, hat auch immer die richtigen Fragen gestellt, nämlich exakt die, die Dir auch gerade im Kopf herumgegangen sind, also sehr hilfreich.

Y: Das ist natürlich praktisch, ja.

Experte 1: Genau. Das war dann genau die richtige Dosis. Das Problem ist, wenn Du dann so ein Video fertig gesehen hast, kannst Du noch nichts konkret programmieren. Du hast jetzt den Architekturverstand aber es hat niemand eine Zeile Code vorgelesen.

Y: Okay.

Experte 1: Das war für diese Explorativphase sehr cool. Weil Du sehr schnell diese architekturellen Unterschiede erkennen konntest. Meistens ist es so, dass Du für eine Aufgabenstellung fünf ver-

schiedene Möglichkeiten hast, diese zu lösen aber jede hat ihre Vor- und Nachteile. Welche Vor- und Nachteile es gibt, muss man erstmal erkennen und welche Fragen man stellen muss, muss man erstmal verstehen. Das kann man sehr gut damit machen. Da sind auch Konferenzvorträge, die Du auf Video bekommst, sehr gut.

Y: Und wenn Du aus der Explorativphase raus bist?

Experte 1: Genau. Was dann passiert ist, Du entscheidest Dich dann irgendwann dafür, etwas zu programmieren. Ich habe mich beispielsweise gerade dazu entschieden Python für mein Raspberry Pi zu nutzen. Damit bin ich mit dem rechten Fuß auf den Boden genagelt. Das heißt also, alles was ich in einer anderen Sprache besser machen könnte, steht nicht mehr zur Diskussion. Ich habe mich für Python entschieden. Das heißt also, ich lebe dann nicht mehr in Möglichkeiten, sondern ich lebe in Problemen. Ich hab dann irgendwas gebaut und das Ding funktioniert nicht. Dann wird enorm mit Suchmaschinen gearbeitet.

Y: Okay.

Experte 1: Die Suchmaschine ist Dein primärer Kumpel. Die ganzen Probleme die Du hast, packst Du einfach in die Suchmaschine rein und guckst, welche Ergebnisse Du bekommst. Höherwertig sind immer die, die autoritativ sind. Also wenn Du – um bei Microsoft zu bleiben – ein Fehler hast und Du haust ihn in die Suchmaschine rein und erhältst einen Technet-Artikel oder einen Knowledge Base-Artikel dazu, dann ist das bombastisch. Das ist nämlich der Hersteller, der Dir dann sagt, wie es aussehen soll. Das ist aber nur in maximal der Hälfte der Fälle so. Meistens ist es so, dass die Hersteller selber diese Problematik noch nicht aufgegriffen haben. Dann landest Du in Blogs und in Foren.

Y: Okay.

Experte 1: Dass ist dann eine richtige Puzzle-Arbeit. Du landest in einem Forum-Thread, wo irgendeiner eine Frage gestellt hat und irgendeiner zu einem anderen Thema antwortet. Das ist ein Hin- und Her. Dann liest Du Dir das alles durch und stellst fest, dass keine Antwort gefunden wurde und die sich nur gebläht haben. Das ist viel Puzzle-Arbeit. Die meisten Programmierer haben sich in ihrem Bereich, wo sie sich wohl fühlen und viel unterwegs sind, eine Idee zu Recht gelegt, welche Foren gut sind und welche weniger. Eine Sache die bei Entwicklern heutzutage einen sehr hohen Stellenwert hat, ist Stackoverflow. Das ist ein Repository für fast alle Sprachen und ist für fast alle Anlässe gut geeignet. Dann hast Du aber je nachdem wo Du unterwegs bist, ganz eigene Foren. PHP hat zum Beispiel seine ganz eigene Foren-Landschaft. Aber das kommt im Endeffekt in die Suchmaschine. Die Suchmaschine ist, für solche Zwecke, Dein bester Freund.

Y: Okay. Und wenn Du recherchierst, machst Du das meistens über Deinen Laptop?

Experte 1: Versus?

Y: Smartphone, Tablet & Co?

Experte 1: Smartphone vielleicht mal um GigaOm zu lesen, dazu ist ein Smartphone ok. Da diese Formate aber immer sehr textlastig sind, macht das Ganze dann keinen Spaß mehr. Ein Tablet nutze ich auch. Ich nutze mein iPad, um Artikel zu lesen. Wenn Du in dieser Produktionsphase bist, dann sitzt Du aber sowieso am Computer. Und wer kein Multimonitor-Betrieb hat, ist eh ein Anfänger - tut mir leid. Du hast normalerweise ein Monitor, wo Du Deinen Source-Code drauf hast, Deine Entwicklungsumgebung. Und einen weiteren Monitor, den Du für weitere Dinge verwendest, d.h. dass Du einen Emulator laufen lässt oder den Browser offen hast, so dass Du Suchmaschinenergebnisse relativ schnell übertragen kannst. Das brauchst diesen Platz und die Möglichkeit schnell über die Texte fliegen und Copy und Paste machen zu können. Das kannst Du auf diesen ganzen anderen Medien nicht. In der Produktionsphase spielen Tablet und Smartphone keine Rolle. In der Explorationsphase schon. Auf Tablets kann man sich gut Videos anschauen, das ist sehr angenehm.

Y: Also hast Du ein Tablet, Smartphone, Laptop..

Experte 1: Klar, geschätzt habe ich 5 Laptops. Ein iPad, 4-5 Smartphones. Sowas sammelt sich an, das ist ganz normal. PCs wirklich im Einsatz habe ich 5.

Y: Nutzt du das alles für Deine privaten Zwecke oder ist das ausschließlich Arbeitsmaterial?

Experte 1: Ich habe von der Arbeit einen einzigen Laptop. Den kann ich eigentlich für gar nichts verwenden, ich glaub nicht mal für Arbeit, weil er schon ein bisschen nieder geritten ist. Ich habe 4

private PCs und die nutze ich für Arbeit und Privates. Wird produktiv an einem Projekt gearbeitet, wie die Leute derzeit in meinem Team, die haben nicht die Erlaubnis das auf dem privaten Laptop zu tun, weil das natürlich auch Firmendaten sind, das darf dann nicht durch die Gegend wandern. Aber ich glaube jeder wird an seinen privaten PCs Dinge tun und viel ausprobieren.

Y: Also probierst Du auch in deiner Freizeit aus...

Experte 1: Wo ist der Unterschied zwischen Arbeit und Freizeit? Mein Credo ist sowieso, dass ich keinen Beruf ausüben könnte, der nicht auch gleichzeitig mein Hobby ist. Ich habe die große Freude, dass das so ist. Bei mir ist es so, ich kann nicht abschalten. Ich bin immer auf der Suche nach solchen Sachen.

Y: Und wenn Du suchst, also im privaten Leben?

Experte 1: Dann nutze ich dieselben Quellen.

Y: Und wie sieht es da mit den Social Media Kanälen aus?

Experte 1: Für Developer würde ich sagen, sind Foren eigentlich die Social Media Kanäle, und zwar aus dem Grunde heraus, weil Du reichhaltige Inhalte transportieren kannst. Ich bin Gründer und Moderator der Facebook-Gruppe Windows Phone Developer. Die ist in den letzten zwei Monaten um 40 % gewachsen. Ich glaube wir sind da jetzt 400 Leute. Was der Witz an der ganzen Sache ist, da geht es super selten um Developer-Themen. Ab und zu kommt es vor, dass einer mal eine Frage stellt. Meistens geht es mehr um allgemeine Sachen. Du könntest genauso Windows Phone drüber schreiben. Das ist auch so ein bisschen mein Eindruck. Facebook et.al., oder...

Y: Wen meinst Du mit Facebook et. al., wen beziehst Du da mit ein?

Experte 1: Ich würde zu Facebook auch die XINGS und LinkedIns dieser Welt zählen. Das ist nicht alles wirklich so ernst zu nehmen, wie das, was in irgendwelchen Foren steht.

Y: Und fürs Private?

Experte 1: Ja. Was Du halt hast. Es gibt irgendwelche Leute die Gadgets haben und dann darüber reden oder es gibt Leute die Werbung dort machen. Es gibt verdammt viele Headhunter, die dir irgendwelche Jobs hinterher schmeißen. Aber Du diskutierst dort keinen konkreten technischen Inhalte und Probleme.

Y: Und wie ist das mit Twitter?

Experte 1: Twitter hat so eine Rolle, damit kannst Du sozusagen Raketen schießen. Ich habe einige Leute, denen ich auf Twitter folge, die bringen immer News und Neuigkeiten und Artikel die man sich mal angucken müsste. Das gibt es schon. Aber auch da: Mit 140 Zeichen ist nicht die Welt zu gewinnen. Das heißt im Endeffekt was die machen ist, dass sie eigentlich wiederum Blog, Foren-Einträge oder neue Versionen die bei Sourcefourge.net eingestellt wurden promoten. Dafür nutzen sie das. Es sind aber keine tief technischen Inhalte. Es ist auch ganz erstaunlich, dass ich eigentlich, wenn ich mal so drüber nachdenke, bin ich nur im Facebook – ich bin in dieser Windows Phone Developer Nummer, weil ich sie selber gemacht habe – aber ansonsten bin ich eigentlich nicht in irgendwelchen Developer-Gruppen oder so drin. Auf Ding gibt es ein Paar, aber die gehen mehr auf Business.

Y: Das heißt Du postest auch nicht so viele Informationen oder verbreitest nichts auf Twitter?

Experte 1: Also mit Twitter ist es eine Art Hassliebe. Ich glaube ich war einer der Ersten in Deutschland der überhaupt mit Twitter herumgespielt hat. Alles aus beruflichen Gründen heraus. Wir haben auch Twitter-Kanäle aufgebaut. Für uns war Twitter einfach ein weiterer Kanal über Dinge zu reden, die wir auf anderen Kanälen tun. Ein Evangelist ist zum Beispiel jemand, der in dieser Explorer-Phase unterwegs ist. Der Evangelist ist niemand der Dir Support gibt, er versucht Dich immer von irgendwas zu begeistern und Dich dazu zu verführen, dass Du das jetzt verwendest. Wenn Du dann sagst *Ich mache das*, dann müssen andere Schnittstellen greifen.

Y: Das heißt, wenn Du Informationen hast oder ein tolles neues Gadget gefunden hast, wie kommunizierst Du es dann?

Experte 1: Twitter ist eine Möglichkeit. Das schöne daran ist, dass man dann eine Menge andere Kanäle automatisch abdeckt. Ich versuche regelmäßig mein eigenes Blog zu pflegen. Man muss

sich allerdings mehr Zeit dafür nehmen.

Y: Wie heißt denn dein Blog?

Experte 1: www.cu-0x-ff.de. Was mir an dem Blog wichtig ist, ist das die Inhalte Qualität haben. Also das Übelste was diese Social Media Kanäle gepflegt haben ist diese Nummer mit – *Ich bin jetzt aufgestanden, ich mach mir jetzt Frühstück, ich geh jetzt aus dem Haus* – da verarscht man die Leute mit. Das ist im Endeffekt Langeweile. Was man als Evangelist natürlich sehr stark tut ist, dass Du allgemein an der Content-Produktion mitwirkst. Du richtest Dich natürlich sehr stark nach dem was auch ankommt, nachdem die Leute fragen. Die Erfahrungen die wir da gemacht haben, ist die, dass es auch wieder Abstufungen gibt. Die höchste Qualität die Du erreichen kannst, ist das geschriebene Wort. Und zwar in Form von autoritativen Sachen. Bücher sind beispielsweise eine hohe Form, Whitepaper ebenfalls. Wenn Du sowas machst, kannst Du Dinge davon raus brechen. Du kannst also ein Whitepaper machen und in viele Blog-Artikel einteilen. Die alle für sich wertvoll sind, die aber nicht mehr den Aufwand eines Buches oder Whitepapers haben. Dann kannst du das wiederum zerlegen und kannst Video-Clips draus machen. Die Erfahrung die ich dann wieder gemacht habe war, nicht die Stundenbrecher zu machen, sondern eher 20-30 Minuten, weil sie so einfacher zu konsumieren sind. Der Vorteil eines solchen Videos ist, dass Du spulen kannst. Teilweise kannst Du es mit doppelter Geschwindigkeit anschauen und es reicht trotzdem noch von der Informationsübertragung aus.

Y: Okay.

Experte 1: Das geht dann runter bis zu einem Tweet. Der Tweet ist dann eigentlich nur ein Nadelstich. Der hat keine jahrzehntelange Bedeutung. Er ist eher ein kleines Announcement.

Y: Und wie macht ihr das auf der Arbeit?

Experte 1: Du meinst jetzt innerhalb von Developern?

Y: Innerhalb deines Teams zum Beispiel.

Experte 1: Was da gemacht wird. Es gibt zwei Formen wie sie sich direkt miteinander austauschen. Dass eine ist, dann quasi über den Schreibtisch schreiben. Das ist Übrigends auch der Kern von Twitter. So wurde Twitter erfunden. Weil ein dezentrales Developer Team sich die Möglichkeit geben wollten, schnell über den Schreibtisch zu rufen. Das ist der Grund, weswegen sie Twitter gebaut haben.

Y: Okay, dass ist ja interessant.

Experte 1: Übrigends das Produkt das sie gebaut haben, gibt es nicht mehr. Das war ein CRM-System.

Y: Oh, okay.

Experte 1: Auf der anderen Seite hast Du strukturierte Geschichten. Gerade wenn Du agile Prozesse hast, hast Du Dein Daily, wo im Endeffekt durchgegangen wird wo Du stehst und was Du gemacht hast. Das ist ein gegenseitiger Informationsaustausch.

Y: Passiert der also immer persönlich oder wie funktioniert das bei euch?

Experte 1: Der Daily sollte eigentlich persönlich sein. Für 15 Minuten, morgens mit dem Kaffee in der Hand. Dann wird kurz durchgesprochen, was Du gestern gemacht hast und was heute ansteht. Da werden dann Probleme ausgetauscht. Es ist strukturiert und Du weißt, das gesamte Team ist da. Wenn Du verteilte Teams hast, Offshoring oder solche Sachen machst, da werden die sie per Videokonferenz abgehalten. Dann gibt es natürlich auch die ganz große Variante, überall viele Leute sind. Die T-Systems zum Beispiel. Die haben eine System Engineer Community. Die haben dann eigene Meetings und Newsletter und solche Sachen mehr. Das ist bei uns aber nicht der Fall. Dazu sind wir zu wenige und wir sehen uns ausreichend häufig. Eine T-Systems macht das ja auch viel regelbasierter. Die haben ein System Engineering Handbook. Da ist alles drin geregelt, was für sie wichtig ist. Da gibt es dann Leute die basteln das und predigen das an die Community. Dazu gibt es richtige Meetings und Konferenzen.

Y: Okay. Das klingt alles sehr spannend. Lass uns mal einen All-in-All View auf Dein Mediennutzungsverhalten machen. Es geht ja hauptsächlich um Dein Kommunikationsverhalten und wie Du Dir Informationen holst, wenn Du welche zu einem bestimmten Thema suchst. Festhalten können wir jetzt, dass du das hauptsächlich über Blogs machst, weniger

die Social Media Kanäle, Du hast einen RSS-Feed, d.h. liest Du dort was interessantes, kommst Du direkt auf die relevante Magazinseite. Da Du viel machst, könnte man sagen Du bist ein Workaholic, da Du Dein Hobby mit dem Beruf verbindest.

Experte 1: Ja, ich glaube es ist typisch. Das gehört irgendwie dazu, zuhause weiter zu programmieren oder entwickeln. Es fällt sehr schwer, den Kopf auszuschalten. Für mich sind auch Management Theorien ganz interessant. Die nehmen sich ja die Developer ein bisschen als Vorbilder, weil sie diesen Knowledge-Worker abbilden. Und eine Sache die Du bei solch Knowledge-Worker hast ist, dass Du diesen Flow hast. Wenn Du in diesen Flow rein kommst, dann vergisst Du die Zeit, Du arbeitest einfach. Da kann es sein, dass Du dann auch mal morgens um 4:00 auf die Uhr schaust und denkst *ups*. Aber das ist okay, es ist gelaufen und es war sinnvoll. Nur weil 5 Uhr ist alles abzuschalten, weil jetzt Feierabend ist, das geht schwer.

Y: Gibt es trotzdem einen Unterschied zwischen Privat und Arbeit?

Experte 1: Ja. Privat bin ich Schlampiger in einigen Sachen. Da ist schon ein Unterschied. Aber, wenn ich mal jemanden aus meinem Team nennen darf. Ein Kollege hat eine der Top 100 Social Apps auf dem Android Market-Place und der verdient auch ein paar Euro damit. Das war eine private Schnapsidee. Er verwendet jetzt aber im Endeffekt die gleichen Regeln und die gleichen Qualitätsnormen die er durch seine Arbeit gelernt hat. Die verwendet er auch für sein Privatprojekt. Dies macht er, weil er einfach an der Reife angekommen ist, wo er seinen fast 100.000 Installationen die er hat, die Sicherheit geben will, dass nicht laufend das Programm abstürzt. Diese Übergänge sind irgendwie fließend.

Y: Und siehst Du da auch einen Unterschied in Deinem Mediennutzungsverhalten.

Experte 1: Eigentlich nicht. Die Medien sind gleich zugänglich und gleich nützlich. Es sind vielleicht andere Themen die man recherchiert. Die einen sind mehr losgetrieben und die Arbeit ist halt die Arbeit. Aber ansonsten ist das ziemlich gleich.

Y: Okay. Also Du nutzt die Medien um Dir Informationen zu suchen. Gibt es denn irgendwelche speziellen Informationslieferanten? Ich bekomme beispielsweise den Newsletter von Zalando. Bekommst Du auch welche?

Experte 1: Ich bekomme den Newsletter von IEEE. Wobei ich da sagen muss, die haben einen relativen Stellenwert den ich fast schon unter die Blogs setzen würde. Wenn man sich morgens die Blogs vornüpft, dann nimmt man die sich explizit vor. Wenn dann irgendwann im Laufe des Tages, mitten im Kampf mit den ganzen E-Mails ein Newsletter rein flattert, dann werde ich in dem Moment wahrscheinlich gar keine Chance haben, den auch nur eines Blickes zu würdigen. Und bis ich dann wieder die Luft frei habe, irgendwas anderes zu machen, habe ich den Newsletter schon längst vergessen. Mit Newslettern habe ich also ein Problem. Ich hab das Gefühl, dass Newsletter gerne weggewischt werden, auch von anderen Leuten habe ich das schon gehört. Der Newsletter kommt als ein asynchrones Medium zu einem Zeitpunkt wo Du dir eigentlich keine Zeit dafür nehmen möchtest. Du musst Dich in dem Moment indem Du Zeit hättest ihn zu lesen, aktiv daran zurückerinnern. Da muss der Mehrwert wirklich so sein, dass Du Dich wirklich aktiv dran erinnern willst. Das was ich eigentlich so mitbekomme und das gilt eigentlich für fast alle Firmen mit denen ich zu tun und geredet hatte, die haben alle gesagt, dass kein kontinuierlicher Wert da ist. Es ist sehr schwer einen Newsletter zu finden, der kontinuierlich das erfüllt, was man von ihm erwartet.

Y: Okay. Und was erwartest du von einem Newsletter?

Experte 1: 20 Prozent Perlen und der Rest darf egal sein.

Y: Okay. Und was ist für Dich eine Perle?

Experte 1: Etwas was mir später einen Gedanken oder irgendeine Information in den Kopf setzt mit der ich was anfangen kann.

Y: Okay.

Experte 1: Bei Microsoft hatten wir beispielsweise den MSDN Newsletter gehabt. Developer Network Newsletter. Der hatte 50 000 Empfänger. Wir haben uns manchmal angestrengt und haben dann sogar mal 60 000 gemacht und wenn wir dann nichts gemacht haben, immer noch 45 000. Wir hatten allerdings einen Editor, der sich damit beschäftigt hat. Wir hatten eine *Click through Rate* von 25 Prozent. Ca. 80 Prozent haben das Ding gelesen. Das war traumhaft, da kann man wenig besser machen. Das Ding war nach meinem Gefühl nur so erfolgreich, weil es das Ding des Editors war. Viele betrachten den Newsletter als ein Abfallprodukt. Die Unternehmen füllen den Newsletter

mit Abfallprodukten. Sie sammeln irgendwelche Informationen zusammen, Hauptsache der Newsletter ist voll.

Y: Ist der Newsletter für Dich auch ein Abfallprodukt?

Experte 1: Die meisten Newsletter die ich bekomme halte ich für ein Abfallprodukt, ja. Den Newsletter, den wir damals effektiv und mit viel Aufwand erstellt haben, der hat funktioniert und war offensichtlich interessant für die Leute. Aber das ist viel Arbeit und das machen sich die Leute nicht so bewusst.

Y: Gut. Dann haben wir jetzt die Reise durch die Medien und deine Informationslandschaft abgeschlossen. Jetzt hätte ich noch eine letzte Frage. Und zwar behandelt meine Arbeit auch die Thematik Nerd vs. Geek. Mich interessiert natürlich total, ob Du was mit den Begriffen anfangen kannst und als was Du Dich denn selber siehst.

Experte 1: Also ich besitze T-Shirts wo Geek drauf steht. Ich glaube sogar die kommen aus einer Zeit, wo das noch nicht so angesagt war. Da wollte man so T-Shirts eigentlich noch nicht haben. Also ja, ich kann mit beiden Begriffen etwas anfangen. Für mich persönlich ist Nerd negativ belastet. Ich finde ein Nerd hat negative und positive Seiten. Die positiven Seiten sind das, was ich mit dem Geek subsumiere. Und die negativen Seiten, die noch dazukommen, das ist das, was ein Nerd ausmacht. Für mich ist ein Geek jemand, der die Technikverliebtheit lebt. Damit kann ich mich sehr gut identifizieren. Diese Gadget-Nummern, auch so ein bisschen diesen leicht sympathischen Umgang mit seinem Äußeren. Nicht zu viel Wert drauflegen aber auch nicht aussehen wie ein Clochard.

Y: Okay.

Experte 1: Das ist für mich Geeki. Das hat ein Coolness Faktor. Da kauf ich mir auch ein T-Shirt wo das drauf steht. Das finde ich cool und dazu stehe ich. Mit solchen Leuten kann man sehr gut reden, weil sie universell interessiert sind. Egal in welchem Umfeld man sich bewegt, zu jedem Thema findet man einen Gesprächspunkt und kann fachsimpeln. Der Nerd hingegen, geht ein bisschen in die Antisoziale Richtung. Er hat etwas Scheues. Bei Microsoft gibt es ein Ausdruck. Wallcrawler ist jemand, der Dir auf dem Flur entgegenkommt und versucht in der Wand zu verschwinden, wenn Du ihm entgegen kommst und Dich bloß nicht anschauen. Das ist für mich ein Nerd. Das ist das Negative. Auch so super naiv zu sein. Ich glaube im Moment, wenn ich dann mal so die The Big Bang Theory etc. anschau, dann spielen sie mit dem Nerd-Image. Das sie kein Sozialleben und ein Problem mit dem anderen Geschlecht haben. Das sind natürlich Eigenschaften die man nicht so gerne auf sich projiziert. Daher würde ich Geek unterschreiben, Nerd nicht.

Y: Alles klar. Vielen Dank für das Interview.

2 Experte B

Wo: Friedrichshainer Volkspark

Interviewdauer: 35:42 Minuten am 07. Juni 2013

Y: Das erste was ich gerne von Dir hören würde sind ganz grob und ganz schnell die Quick Facts was Du derzeit beruflich so machst und wie es dazu kam.

Experte 2: Ich habe Informatik studiert. Das hat sich schon immer abgezeichnet, weil ich schon immer Lust drauf hatte. Das Ganze ist in Aachen passiert, das war 2009 dann zu Ende. Dann wurde es Zeit sich einen Job zu suchen. Da ich aber noch nicht so genau wusste, was ich machen soll, habe ich ungefähr ein halbes Jahr als Freelancer gearbeitet. Das hat ganz gut funktioniert. Doch irgendwann wurde der Druck von Freunden und Verwandten so groß, von wegen *Hey Gregor, jetzt such dir doch mal einen vernünftigen Job, Du musst dir das auch mal anschauen*. Das habe ich dann gemacht. Ich wollte sowieso nach dem Studium die Stadt wechseln. Ich hatte dann Hamburg, Berlin und München auf dem Schirm. Berlin ist es geworden. Hier habe ich einen Job in einem mittelständischen Software-Unternehmen gefunden. Jedoch mehr als Kundenbetreuer zur Problemanalyse. Der Kunde wurde dann hausintern in die richtige Abteilung weitergeleitet, damit die Entwickler ihn dann richtig betreuen konnten. Das war eigentlich ganz nett. Es hat sich aber abgezeichnet, dass das die nächsten 100 Jahre so weiter gehen würde. Das fand ich dann nicht mehr so toll und nach ungefähr 1,5 Jahren habe ich dann mal gefragt, wie es weitergehen könnte. Es wurde mit mir nichts Weiteres geplant. Ich habe dann zu Mitte 2012 gekündigt und wieder als Freelancer gearbeitet. Das funktioniert jetzt seit einem Jahr schon beängstigend gut. Als Freelancer hast Du verschiedene Aufträge, verschiedene Auftraggeber, verschiedene Aufgabenbereiche. Das ist ganz cool, weil es verschiedene Technologien gibt und verschiedene Herangehensweisen an Probleme. Ich finde es spannend mich damit auseinanderzusetzen und dass ist dann auch das was Du den Kunden bieten kannst. Sie kommen mit einem Problem zu mir, beispielsweise eine Webseite oder etwas Komplizierteres. Ich habe mich aus historischen Gründen in Richtung Bildbearbeitung spezialisiert. Sie haben dann verschiedene Probleme mit Fotos und Bildern, beispielsweise der Bilderkennung. Ich habe mir einen großen Spaß daraus gemacht herauszufinden, was zu welchem Kunden am Besten passt und freue mich, das Projekt dann umzusetzen.

Y: Okay. Das klingt interessant. Wie funktioniert das denn, die Auftraggeber kommen meistens zu Dir...

Experte 2: Ja genau. Das funktioniert sehr gut. Du hast vorhin schon Developers on Demand genannt. Auf die bin ich über einen Bekannten aufmerksam geworden. Über die Vermittlung kam jedoch nichts zustande. Ich habe Glück. Bisher sind alle Aufträge über persönliche Beziehungen zustande gekommen. Sogar aus Schulzeiten melden sich ab und zu alte Schulkameraden, die jemanden kennen der etwas braucht. Ich bin bisher noch nicht auf eine Agentur angewiesen gewesen. Auch auf Plattformen wie *freelancer.de* habe ich mich am Anfang mal angemeldet. Auch Ding und die anderen Plattformen. Da kam relativ wenig. Ich habe mich jedoch auch nicht sonderlich gekümmert. Ich habe also nicht darauf geachtet, dass mein Profil jede Woche aktualisiert wird oder besonders cool aussieht.

Y: Okay, also wenn Du das schon so ansprichst. Bist Du noch auf anderen Plattformen vertreten, außer Ding?

Experte 2: Ich bin noch bei LinkedIn. Das funktioniert ganz gut, weil sich viele ehemalige Schulkameraden ins Ausland verstreut haben. Die Geschichte funktioniert ganz gut, das ist einfach ein Tick internationaler. Die Leute, die es nach Japan oder UK verschlagen haben, sind dort zu finden. LinkedIn verwende ich jedoch nicht, um einen Job zu suchen. Nur um Kontakt zu halten. Mehr privat.

Y: Okay. Also zur Beziehungspflege.

Experte 2: Genau, also mehr privat. LinkedIn ist Facebook in nicht ganz so überlaufen.

Y: Und Facebook, was hältst Du davon, wenn Du das so ansprichst? Und wie sieht es mit weiteren Social Media Plattformen aus?

Experte 2: Da bin ich überall vertreten. Facebook nutze ich zur Feierplanung und um zu schauen, was die Leute so treiben, mit denen man länger nichts mehr zu tun hat. Google+ ist für meine Begriffe eine sehr technische Plattform. Also da hänge ich auch mit Leuten zusammen, beziehungsweise wir sind befreundet, connected, die technischen Content bieten. Also die ihre Blogposts promoten oder Meinungen äußern. So was in der Richtung. Das ist kein Freundesnetzwerk, keine

Partyplanung oder Urlaubsbilder posten. Es ist wirklich nur dieses schauen, in welchem Kreis ist welche Interessengruppe unterwegs. Wenn ich dann einen Abend Lust habe zu schauen, was diese Interessengruppe gerade so treibt, hole ich mir bei Google+ die Fakten.

Y: Okay. Also mehr arbeitsspezifische.

Experte 2: Ganz genau.

Y: Ist das auch mit Twitter so?

Experte 2: Twitter ist da ein bisschen vielschichtiger. Man könnte da Listen anlegen und die Leute kategorisieren. Twitter lese ich meistens in der Bahn. Je nachdem wie man gerade drauf ist, schaust Du Dir an, was die Leute über Demos oder irgendwelche großen Ereignisse schreiben. Das finde ich ganz nett, weil der Twitter-Kanal sehr viel aktueller ist als alles andere. Da bist Du am Zahn der Zeit. Es ist halt immer etwas arg Meinungsgefärbt, diese ganze Twitter-Geschichte. Aber ich finde Twitter insofern ganz nett, weil man sieht, wie aktiv ein bestimmtes Thema überhaupt ist.

Y: Twitterst Du denn auch selber?

Experte 2: Ja. Tagsüber twittere ich halbwegs passablen technischen Kram. Wenn ich auf irgendwas gestoßen bin und interessant finde. Ich habe 130 Follower und die sind zur Hälfte technisch unterwegs und zur Hälfte zusammengewürfelt. Wenn ich das jetzt als Publikum betrachten würde, dann ist es so: Wenn ich etwas nettes technisches gefunden habe und der Meinung bin, dass die anderen Spaß daran hätten, dann verschlag worte ich den Post mit 2-3 Hashtags und hau den Link raus. Je nachdem wie spät es am Abend ist, poste ich dann schon mal andere Sachen. Eher soziales, wie *Bin gerade in der Bar, wer will noch vorbeikommen*. Ein bisschen Informationsgehalt, sollte schon drin sein.

Y: Okay, verstehe. Wie ist das jedoch, wenn ein Auftraggeber auf Dich zukommt, er hat ein Problem und Du willst das Problem lösen und das Projekt erfüllen. Wie fängst Du denn da an? Wo holst Du Dir die Informationen die Du brauchst?

Experte 2: Erstmal prüfe ich, wie viele Informationen der Kunde überhaupt hat. Manchmal kommen die total planlos. Maschinenbauer sind da prädestiniert und andere die mit IT nichts zu tun haben. Die können großartige Pumpen bauen, sie sind in ihrem Fachbereich super. Bestes Beispiel: Webseiten. Die haben überhaupt keine Ahnung. Die liefern super kleine Bilder und meinen damit was anfangen zu können. Die haben ihr Problem noch nicht so ganz verstanden. Ich versuche erstmal das mit denen zu erörtern. Es gibt aber auch Auftraggeber, die wissen sehr genau was sie wollen. Die brauchen nur jemanden der alles umsetzt. Ich versuche dann immer ein bisschen abzuhorchen, ob sie wirklich so tief in ihrem Thema drin sind, wie sie glauben zu sein. Üblicherweise geht es da um Technologie-Entscheidungen.

Y: Okay. Und weißt Du dann immer alles aus dem Kopf, was Du dann zu tun hast?

Experte 2: Teils. Ich habe schon einige Anhaltspunkte. Der ganze IT-Kram läuft bei mir nun jetzt seit über 10 Jahren, da hat man einen guten Überblick. Es tut sich aber auch relativ viel, daher versuche mache ich mich auch mal schlau.

Y: Und wo versuchst Du Dich schlau zu machen?

Experte 2: Gute Frage. Also für Entwickler ist der Kanal überhaupt, meiner Meinung nach, Stackoverflow. Sagt Dir das was?

Y: Ja. Stackoverflow kenne ich.

Experte 2: Da tobe ich mich sehr gerne aus, weil die ein relativ nettes Qualitätssicherungssystem haben. Da geht viel über Reputation und wenn Leute die halbwegs Reputation angesammelt haben, eine Antwort auf eine Frage geben, die ich sehr treffend auf mein Problem finde, dann ist es das definitiv Wert, sich die Geschichte mal anzuschauen. Und um überhaupt mal einen Überblick zu bekommen, ist das eine ganz billige Google-Suche. Also ich tippe die zwei, drei Technologien ein die, die ich kenne, also: Datenbank1, Datenbank2, Alternativen. Damit verbringe ich dann ungefähr 15 Minuten und hab dann meine 20 Tabs offen.

Y: Und sortierst Du dann auch aus? Also was ist für Dich eine gute Quelle?

Experte 2: Ich sortiere eigentlich nach der Abgehangenheit der Technologie. Wenn das jetzt eine Sache ist, die in den letzten 3 Monaten total gehypt wurde, aber erst vor einem halben Jahr über-

haupt in Erscheinung getreten ist, dann ist das für ein ernsthaftes Projekt einfach zu jung. Dann sind da noch Kinderkrankheiten drin, die Du im ersten halben Jahr feststellen wirst. Dummerweise muss ich die dann auch ausbaden, deswegen nimm ich da ein bisschen Abstand von.

Y: Okay. Welche Kanäle gibt es noch, um an Informationen zu kommen?

Experte 2: Es gibt die Hackernews. Kennst Du die Seite?

Y: Ne, Hackernews hab ich bisher noch nicht gehört?

Experte 2: Das ist ein Inkubator aus den USA. Ich glaube San Francisco, ich bin mir aber nicht ganz sicher. Hackernews ist ein relativ populäres Portal, wo Leute einfach ihre Blogbeiträge, Anleitungen und so weiter hinschreiben. So was ähnliche wie Reddit. Kennst Du das?

Y: Nein. Reddit kenne ich noch nicht.

Experte 2: Reddit, also reddit.com ist noch ein bisschen abgehangener. Das ist so eine Art Zeitung, eine Artikelsammlung zu allem Möglichen. Du siehst nur die Überschriften und kannst dann anklicken, was Dich interessiert. Da ist auch eine relativ hohe Fluktuation drin. Sechs Stunden später sieht die Seite wieder ganz anders aus und Dinge, die viel Popularität erfahren, halten sich relativ lange in der Artikelliste. Die lohnt es sich dann mal anzuschauen. Da werden neue Technologien dann relativ ausführlich beschrieben, weil irgendein Unternehmen, mehr oder weniger aus selbst-darstellerischer Absicht sagt, dass sie ein cooles Projekt mit der neuen, coolen Technologie umgesetzt haben. So kriegt man einfach mal mit, was es überhaupt gibt. Das hat man dann im Hinterkopf und kommt wieder drauf, mal genauer nachzuschauen, wenn sich ein Problem in der Richtung entwickelt. Es ist tatsächlich relativ breit. Es gibt nicht den Kanal. Und naja, wie andere Leute Wirtschaftszeitungen lesen, habe ich so meine zwei bis drei Seiten, wo ich mich über den technologischen Sektor schlau mache. Wenn sich ein Problem stellt, wo eine bestimmte Problemlösung irgendwie im Hinterkopf geblieben ist, dann schaue ich mir das genauer an.

Y: Okay. Das heißt, Du findest dann den Artikel, kennst das Problem und brauchst also die Lösung, klickst den Artikel an und kommst dann auf die Webseite von dem Blogger oder...

Experte 2: Oder von dem Unternehmen, dem Hersteller von dem die Technologie ist.

Y: Achso, okay.

Experte 2: Der Blogger hat mir einen Eindruck vermittelt, in welchem Kontext das Ding cool ist. Die Homepage von dem Produkt geht in die Tiefe und hat beispielsweise ein paar Fallstudien drin. Erst dann erfährst Du, inwiefern es Sinn macht das Produkt zu nutzen. Ob es nur für größere Projekte geeignet ist, wie 1000 Rechner gleichzeitig. Will mein Kunde nur ein kleines Spielzeug haben, ist das für mich falsch.

Y: Das machst Du dann ausschließlich online?

Experte 2: Ja eigentlich nur online. Ich hab jetzt keine Zeitschrift abonniert. Na gut, online teilt sich ja auch. Ich ziehe relativ viel aus Präsentationen. Über YouTube, wo jemand erklärt wofür das cool ist. Das ist aber relativ zeitaufwendig. Etwas entspannter oder zumindest mehr in meiner Geschwindigkeit, die ich mir dann auszusuchen kann, sind Präsentationen. Slideshare ist da eine Seite, die jede Menge technische - nicht nur, aber relativ viele - Präsentationen von irgendwelchen TechTalks, MeetUps, Konferenzen etc. online stellt. Dann gibt es auch Unternehmen, die sich halbwegs in dem Kontext bewegen, den ich spannend finde. Deren Kanälen zu folgen lohnt sich dann, denn die sind ungefähr alle zwei Wochen auf irgendeiner Konferenz, Präsentieren irgendwas und erklären wie sie was, wie, wann und wo gemacht haben. Das tun sie zwar, um irgendwelche Entwickler anzulocken. Der Informationsgehalt dieser Präsentationen ist aber ganz nett.

Y: Das finde ich interessant. Und nochmal um die Sache mit den Magazinen abzuschließen. Kannst Du mir auch sagen, warum Du das nicht magst? Warum Du keine Magazine oder Zeitschriften nutzt?

Experte 2: Ja, ich hatte mal die CT abonniert. Die war ganz nett. Jetzt könnte ich fast selbstkritisch werden und sagen, ich kann mich nicht so lange konzentrieren. Um einen Artikel über mehrere Seiten zu lesen, muss ich schon sehr interessiert an dem Thema sein. Sonst breche ich relativ früh ab, weil es mir nicht zusammengefasst genug präsentiert ist. Dafür lohnt sich eine Zeitschrift nicht. Das ist deren journalistischer Modus und ich setze mich nicht abends für eine Stunde hin und lese eine Zeitschrift. Ich setze mich dann lieber zwei Stunden hin und flieg durch sehr viel Zeug durch. Das mache ich die erste Stunde. Das bisschen, dass dann hängen geblieben ist, das lese ich vorm

schlafen gehen nochmal intensiver. Oft auch in der Mittagspause, dazu packe ich mir das in die Bookmarks. Aber diese Menge an ausführlichen Artikeln, die gar nicht alle auf mein Themengebiet gemünzt sind, wie sie eine Zeitschrift bietet, sind ja auch relativ breit unterwegs. Ich habe noch keine Zeitschrift gefunden, die nur ein Spezialgebiet abhandelt.

Y: Ja klar, das ist auch schwer.

Experte 2: Eben, wie auch. Ich meine, jeder hat seine speziellen Interessen. Deswegen sind Printmedien bei mir rausgeflogen.

Y: Ist das auch mit Fachbüchern so?

Experte 2: Fachbücher sind toll. Jemand der ein Fachbuch schreibt, hat sich mit einem Thema besonders gut auseinandergesetzt und war hoffentlich der Auffassung, dass das was er herausgefunden hat, auch andere Leute interessiert.

Y: Okay.

Experte 2: Onlineartikel sind meistens schon irgendwie mit wirtschaftlicher Absicht geschrieben. Entweder will sich die Firma darstellen oder es geht ein bisschen in die Recruiting Richtung. Die Artikel haben immer so ein bisschen PR-Beigeschmack. Richtig technische Artikel sind dann wiederum zu kurz, um komplett in die Tiefe zu gehen. So ein Fachbuch ist daher toll, weil es die Geschichte vom Anfang bis zum Ende beschreibt.

Y: Man erhält dadurch auch einen großen Lernfaktor.

Experte 2: Lernfaktor geht so. Ich betrachte Fachbücher mehr als Nachschlagewerk. Weil die so in die Tiefe gehen, wie Du es in anderen Dokumentationen nicht findest. Du musst da nicht von Deckel zu Deckel lesen, sondern einfach die Einführung, warum das Buch so gut ist. Die ersten Kapitel überspringe ich, das habe ich meistens schon in Artikeln gelesen. Ich hätte mir das Fachbuch ja nicht gekauft, wenn ich nicht schon wüsste, wozu ich es benötige. Was den größeren Kontext angeht, als was man damit machen kann und welche versteckten Befehle welchen Effekt haben, ist schon gut, anhand eines roten Fadens erzählt zu bekommen. Das ist ganz entspannt.

Y: Okay. Du hast eben noch gesagt, dass diese ganzen Technikartikel oftmals sehr journalistisch sind. Wo findest Du diese Artikel?

Experte 2: Die finde ich auf den Seiten der Hersteller. Die Blogs der Hersteller sind meiner Meinung nach nicht dazu da, den Leuten eine Hilfestellung zu geben. Die sind eher ein ausgedehnter Teaser. Viele Technologien haben ja diese Eigenschaft, dass sie bis zu einem gewissen Punkt offen und frei sind. Solange Du sie in einem überschaubaren Kontext brauchst. Aber die Unternehmen haben auch ein Geschäftsmodell dahinter. Das größere Paket benötigst Du dann, wenn du es richtig machen, beziehungsweise groß machen willst. Um das schmackhaft zu machen, präsentieren sich die Hersteller auf deren Seiten.

Y: Und schaust Du da immer nur auf den Herstellerseiten oder gibt es da noch andere Quellen die Du da benötigst und aufsuchst?

Experte 2: So detaillierte Informationen, wie auf den Herstellerseiten finde ich eigentlich in keinen anderen Quellen.

Y: Und allgemeine Informationen?

Experte 2: Da bin ich wieder bei Hackernews oder ähnlichen Seiten. Hackernews ist sehr dominant, das nutze ich sehr exzessiv.

Y: Wie geht es dann aber weiter. Du warst auf den Herstellerseiten, willst aber weiterhin deren Informationen haben. Gehst Du dann jedesmal wieder auf die Webseiten des Herstellers oder gibt es da andere Wege?

Experte 2: Du willst mich echt auf andere Wege leiten, aber so viele habe ich da gar nicht mehr. Wenn mich etwas interessiert, fange ich an damit herumzuspielen. Da bleibe ich auf den Seiten der Hersteller und schaue mir die Entwicklerdokumentationen an. Da stellt man sehr krass Qualitätsunterschiede fest. Ich bleibe gerne bei den Technologien hängen, die sauber dokumentiert sind. Die auch sämtliche – das kann schief gehen, so gehst du damit um und hier haben wir mal zwei Beispiele für dich vorbereitet – angeben. Wenn eine Dokumentation diese Qualität hat, hast Du gar nicht mehr die Notwendigkeit Dich woanders umzuschauen.

Y: Dann werfe ich mal ein Wort in die Runde. Das Thema worauf ich hinaus will lautet Newsletter.

Experte 2: Geht gar nicht. Die nerven.

Y: Okay. Ich dachte jetzt, wenn Du etwas Interessantes auf den Herstellerseiten gefunden hast, willst Du wissen wie es weitergeht oder weitergehende Informationen erhalten.

Experte 2: Nein. Newsletter sind überhaupt nicht mein Ding.

Y: Kriegst du denn überhaupt welche?

Experte 2: Ja ich kriege welche. Wenn Du Dir irgendwelche Testversionen oder Datenbanken herunterlädst, bist Du automatisch im Newsletter-Pool mit drin. Meine Hauptarbeit besteht darin eigentlich, die Dinger wieder abzubestellen.

Y: Achso. Okay. Warum ist das denn so?

Experte 2: Warum ist das so? Einmal kommt die Information zu einem Zeitpunkt, wo sich sie gar nicht aufnehmen möchte. Die trudelt irgendwann ein und ich bin jetzt nicht so E-Mail diszipliniert, dass ich vermeintlich Interessante Nachrichten später noch mal aufrufe. Newsletter sind insofern nett, indem sie sagen, dass hat vorher noch nicht funktioniert, das funktioniert jetzt.

Y: Aha, also eine Art Update?

Experte 2: Genau. Updates. Auch Feature mäßig. Das mehr Newscases als vorher beschreiben werden können oder ein breiteres Spektrum an Problemen mit dieser Geschichte zu lösen sind. Das ist ganz nett, dann merk ich mir das auch. Die meisten Newsletter die ich bekomme sind aber auch vom Informationsgehalt her eher gering. Und es geht nur um Themen wie: Wir sind gerade auf dieser Messe vertreten, komm mal vorbei. Wenn das nicht gerade ein Ding um die Ecke ist, wo ich sowieso überlegt habe herumspringen, werde ich mich nicht in den Zug nach München setzen, um auf irgendeine Developer Messe zu fahren. Das war bisher nicht notwendig.

Y: Aber gehst Du denn gerne auf solche Messen? Es gibt ja auch diese TechTalks die auch schon genannt wurden.

Experte 2: Ja, da bin ich schon gerne. Jetzt im letzten halben Jahr weniger, weil ich einfach zu viel zu tun hatte, um mir die Zeit dafür zu nehmen. Aber wenn die Zeit da ist, dann ja.

Y: Da kommt man ja dann auch mit anderen Entwicklern in Kontakt und so.

Experte 2: Ja, das ist das Spannende, diese ganze Entwicklergeschichte. Ich glaube Entwickler ziehen ihren Reiz an der Arbeit daraus, Probleme zu lösen. Wenn Du Dich mit anderen Leuten unterhältst, dann kriegst Du auch neue Probleme präsentiert, auf die Du vielleicht nicht gekommen wärst oder sie haben sich für Dich noch nicht gestellt. Du kannst gleichzeitig mit den Entwicklern auf Augenhöhe quatschen, erfährst, wie sie an Probleme ran gehen. Dadurch hast Du einen Informationsgewinn und weißt vielleicht, wie Du an Dein nächstes Projekt sinnvoller heran gehst.

Y: Alles klar, ich verstehe. Da sind dann auch meistens noch die Evangelisten vertreten.

Experte 2: Ja, die springen auch manchmal in der C-Base rum. Die heißen ja nicht umsonst Evangelisten. Die haben einen leicht religiösen Charakter und stehen total dahinter dem, was sie tun. Das finde ich in Ordnung, wenn jemand von seiner Sache überzeugt ist und mir das erklärt. Nervig ist aber in dem Sinne, indem sie mir aufdrücken wollen, wie ich etwas zu machen habe. Mir noch ihre Visitenkarte zustecken und drei Flyer in die Hand drücken. Sie sollen mir einfach nur erklären, wie sie etwas gemacht haben und wie sie ein spezielles Problem lösen. Dann finde ich das cool, dann finde ich das spannend. Die Gespräche mit den Evangelisten können dann über eine Stunde gehen, weil diese Leute – Gott sei Dank – sehr tief im Thema drin sind. Du kannst sie dann auch mit Deinen Problemen löchern und nach deren Meinung und Tipps fragen.

Y: Aha, okay.

Experte 2: Evangelisten sind eine Geschichte. Das fällt für mich in die gleiche Kategorie, wie wenn Du es schaffst mit dem Entwickler von einem gewissen Produkt in Kontakt zu kommen. Das mache ich auch gelegentlich. Wenn ich irgendwann feststelle, dass die Dokumentation scheiße ist, aber ich das aus irgendwelchen Gründen trotzdem nehmen muss, dann gehe ich in irgendwelche ISC-

Channels um mir direkten Support zu holen oder...

Y: In was für Channels?

Experte 2: ISC. Das ist eine Art Chatroom. Tatsächlich einfach nur ein Chatroom.

Y: Ein Chatroom für Developer.

Experte 2: Ja. Ich glaube seit den 70ern oder 80zignern. Der Chatroom ist eigentlich für IT-Nerds, da treiben sich auch Administratoren rum. Es gibt auch Chatrooms für Rollenspiele und ähnliches. Es ist sehr spartenorientierte Kommunikation.

Y: Wo chattest Du denn mit?

Experte 2: Das ist in Server organisiert. Also quasi große Plattformen wo sich die Leute rumtreiben. Dann noch nach Chatrooms. Ich bin nicht ständig in irgendeinem. Ich gehe dann in den Kanal des Produktes hinein. Open Source-Bereich ist das verbreiteter als im Big Business Bereich. Also bei Oracle und SAP wirst Du das nicht finden. Naja, vielleicht haben sie es aber auch, weil ihre Unternehmenskommunikationsabteilung den Chatroom als notwendigen Kanal erachtet. Doch diese überschaubaren Produkte, die irgendwas zwischen 5 und 10 Jahre alt sind und einen Entwicklerstamm von 10 bis 30 Leuten haben, die in gesunder Unregelmäßigkeit an dem Produkt mit entwickeln, die hängen meistens in den Abendstunden da rum. Die haben dann den Chat offen und beantworten Fragen.

Y: Okay. Das hört sich interessant an. Eine gute Möglichkeit Kontakt aufzunehmen. Was mir gerade noch einfällt, weil Du vorhin Buch gesagt hast. Du liest und kaufst also noch richtige Bücher, richtig offline?

Experte 2: Ja. Ich kaufe sie aber meistens als PDF.

Y: Ah ja.

Experte 2: Aber ich lese sie.

Y: Wie liest Du sie denn?

Experte 2: Ich lese Bücher auf meinem iPad. Das ist super, weil man das in der Bahn gut machen kann.

Y: Also kaufst Du sie Dir nicht als Printmedium?

Experte 2: Naja, teilweise. Manchmal kriegst Du ja auch die E-Book Variante zum Buch dazu. Manche Bücher will man auch mal im Schrank stehen haben, aber das letzte richtige Buch habe ich vor zwei Jahren gekauft. Ansonsten alles als PDF. Das hat den großen Vorteil, dass Du darin gut suchen kannst. Wenn man denn das Fachbuch als Nachschlagewerk betrachtet. Man gibt ein Schlagwort und sucht das Buch danach durch. Das geht schneller, als wenn man in einem Print-Buch gesucht hätte.

Y: Okay, interessant. Ich danke Dir. Ich fasse nochmal ganz kurz zusammen, was wir so bequatscht haben. Also, wenn Du nach fachspezifischen Informationen suchst oder Probleme hast, dann googlest Du zuerst. Nutzt Du eigentlich noch andere Suchmaschinen?

Experte 2: Ja, ich google. DuckDuckGo ist aber auch noch eine Suchmaschine. Die ist qualitativ nicht ganz so gut wie Google, aber aus ethischen Gründen versuche ich da auch mal zu suchen.

Y: Davon hab ich ja noch nie was gehört.

Experte 2: DuckDuckgo ist etwas breiter aufgestellt als Google. Google speichert Deine Suchanfragen und Du bist dann irgendwie gefangen in Deinen eigenen Informationen. DuckDuckgo macht das nicht so stark wie Google. Du kannst damit auch mal über den Tellerrand schauen. Es gibt mir teilweise auch Inspiration. Im Detail bin ich dann aber trotzdem bei Google unterwegs.

Y: Ah ja, okay. DuckDuckgo schaue ich mir mal an. Super. Also, Du suchst dann über die Suchmaschine oder über die Herstellerseiten in der Dokumentation.

Experte 2: Genau

Y: Du bist nicht so sehr der Social Media Typ. Nicht unbedingt, was fachspezifische Informationen angehen, außer Google+.

Experte 2: Genau, gelegentlich. Twitter sehr gezielt. Da muss ich schon verzweifelt sein. Aber man kann ja einfach mal rum fragen, wie löst ihr eigentlich das und das. Zwei oder drei Antworten kriegt man darüber. Die sind meistens jedoch nicht sehr Informativ. Darauf bist Du dann schon meistens selber gekommen. Also Twitter ist wirklich die letzte Instanz.

Y: Okay. Newsletter findest du gar nicht gut.

Experte 2: Nein, Newsletter brauche ich nicht.

Y: TechTalks findest Du interessant, die Evangelisten auch.

Experte 2: Genau.

Y: Gut. All meine Fragen hast Du eigentlich beantwortet. Dann habe ich jetzt aber noch eine letzte Zusatzfrage. Da meine Arbeit auch das Nerd-Thema abhandelt, interessiert mich natürlich brennend, wie Du denn eigentlich zu den Begriffen Nerd und Geek stehst.

Experte 2: Puh, Bonusfrage, schon klar.

Y: Tja, Du wusstest, worauf Du Dich einlässt.

Experte 2: Also der Begriff Nerd hat in der letzten Zeit ja krass an gesellschaftlicher Akzeptanz gewonnen. Früher waren das die Kellerkinder, die vom Modellbauer bis hin zu den Dungeons & Dragons Nerds vertreten waren. Ich find es eigentlich ganz nett, dass der Nerd ein bisschen von seiner Färbung verloren hat. Es ist ja schon eine Aussage, Nerd zu sein. Du kannst ja auch ein Biologie-Nerd haben, der sich super mit Botanik und Vögeln etc. auskennt. Wenn du jemanden als Biologie-Nerd bezeichnest, weißt Du woran Du bist. Du weißt dann, dass der Typ wohl sehr interessiert an dem Thema ist, Plan hat und sich mehr als 5 Minuten damit auseinandergesetzt hat. Und somit ist es eine nähere Beschreibung und das ist in Ordnung. Geek hab ich jetzt länger nicht mehr gehört. Das wurde wohl von Nerd abgelöst und zeitweise auch synonym verwendet. Der Unterschied ist mir nicht ganz klar.

Y: Würdest Du dich denn als Nerd bezeichnen?

Experte 2: Ich werde als solcher bezeichnet. Also komm ich wohl nicht drum herum.

Y: Super, ich danke dir.

Experte 2: Klar, gerne.

3 Experte C

Wo: Friedrichshainer Volkspark, Berlin

Interviewzeitraum: 15:03 Minuten am 07. Juni 2013

Y: Zum Einstieg würde ich gerne Deine Quick Facts hören. Was machst Du derzeit und erzähl mal, wer Du bist.

Experte 3: Mein Name ist Benjamin, ich bin 33 Jahre und habe bis 2010 Informatik auf Diplom studiert. Ich bin dann nach Berlin gegangen und habe einen Job in einer kleinen Firma angefangen. Wir sind dort ungefähr 30 bis 40 Leute. Das war sehr interessant, jedoch ein sehr chaotischer Laden. Dort habe ich ziemlich viel unbekannte Arbeit machen müssen und viel unter Druck gearbeitet. Es war trotzdem eine ganz coole Erfahrung. Nach 14 Monaten bin ich da weg und arbeite jetzt in einem Laden die Webseiten für Großbanken machen. Da höre ich jetzt in acht Arbeitstagen auf und mache mich dann mit einem Kollegen von dort und einem Dritten selbständig.

Y: Super, ich danke Dir. Das klingt spannend, was Du da vor hast. Versuche Dich nun trotzdem mal in eine Projektphase hineinzusetzen. Du bekommst einen Auftrag und sollst etwas entwickeln oder programmieren. Wie gehst Du denn da vor. Wo holst Du Dir Deine Informationen, um die ersten Schritte zu gehen?

Experte 3: Okay. Also man kennt sich ja schon ein bisschen aus und weiß wo man gezielt suchen muss. Du weißt welche Suchbegriffe Du nutzen musst und kennst ein paar Seiten die damit zu tun. Da kannst Du dann auch gezielter suchen. Ich mache das ausschließlich über das Internet, ausschließlich Internetrecherche.

Y: Und wo genau suchst du da?

Experte 3: Mit Google.

Y: Ausschließlich mit Google oder gibt es da auch andere Suchmaschinen die Du nutzt?

Experte 3: Fast ausschließlich. Nur für Spezial Sachen gehe ich schon mal auf andere Seiten. Joborientiert finde ich meistens alles über Google, weil die Suchwörter so speziell sind, dass Du da direkt findest, was Du haben willst. Da lande ich meistens bei Stackoverflow und MSDN. Manchmal gehe ich auch auf Blogs oder einzelne Artikel. Das ist ganz unterschiedlich.

Y: Und hast Du da spezielle Blogs, die Du öfter aufsuchst?

Experte 3: Nein, eigentlich nicht. Ich habe ein paar Blogs, bei denen ich genauer nachschaue, wie weit ich denen vertrauen kann. Da schaue ich mir dann die Person dahinter an. Aber ich klopfe die nicht gezielt ab, um neues zu lesen. Wenn ich aber Links davon finde, vertraue ich denen besonders.

Y: Und wie ist das mit den Social Media Kanälen?

Experte 3: Beruflich nutze ich Social Media eigentlich gar nicht.

Y: Gar nicht?

Experte 3: Also, solange ich jetzt in der Firma bin, nicht. Es besteht kein Bedarf mit anderen Leuten direkt über soziale Netzwerke zu kommunizieren.

Y: Das heißt, Du benutzt Social Media nur privat?

Experte 3: Ja, aber nicht intensiv. Eher passiv.

Y: Wieso?

Experte 3: Weil ich nicht so ein Mitteilungsbedürfnis habe. Im persönlichen Gespräch ja, aber das jetzt mit irgendwelchen Leuten zu teilen, die man irgendwann mal gesehen hat. Sich da zu entscheiden, an welche Liste von Personen man das jetzt schickt, ist mir einfach zu lästig.

Y: Das heißt Du suchst nach fachspezifischen Problemen über Stackoverflow, wenn du quasi mal nicht weiterkommst oder ähnliches?

Experte 3: Genau.

Y: Und wie ist es, wenn Du Dich generell über Neuigkeiten informieren willst.

Experte 3: Das kriegt man eigentlich irgendwie mit. Wenn man nach Problemen sucht beispielsweise. Das ist dann wie dieses Wikipedia-Phänomen. Man klickt sich weiter und erfährt dann allerhand Sachen. Gerade so Neuigkeiten sind ja auch auf den einschlägigen Seiten einfach zugänglich. Damit man eben schnell sieht, was es Neues gibt. Das bekommt man beim normalen Stöbern so mit.

Y: Okay, ja, verstehe. Was sind denn Deine einschlägigen Seiten?

Experte 3: Naja, diese Blogs. Die sind eine große anonyme Masse, wo man aber genug mitbekommt. Mittlerweile habe ich angefangen, zumindest morgens in der Bahn die Schlagzeilen der Tech-Zeitschriften heise und golem zu lesen. Da lese ich dann auch mal Artikel.

Y: Wie machst Du das denn, gehst Du da über Dein Smartphone auf die Seiten oder hast Du die immer als Printmedium da?

Experte 3: Ich gehe über das Smartphone.

Y: Hast Du denn auch ein Tablet?

Experte 3: Ja, ein Tablet habe ich auch. Nicht selber gekauft. Meine Freundin hat es bei einem Gewinnspiel über Schwartz Smoothes gewonnen.

Y: Wow, sie ist ja ein Glückskind. Nutzt Du es denn öfter.

Experte 3: Ich benutze es nicht so intensiv. Im Urlaub als E-Book Reader, zum Kartenspielen und, um ins Internet zu gehen nutze ich es.

Y: Achso, worüber suchst Du denn nach Informationen, nicht über das Tablet?

Experte 3: Das mache ich über mein Smartphone oder PC.

Y: Gibt es da sonst noch andere Informationsquellen?

Experte 3: Außer dem Internet?

Y: Ja?

Experte 3: Ja, also ich habe den Spiegel abonniert. Aber nur digital.

Y: Und fachspezifische Sachen?

Experte 3: Nein. Ich wüsste auch ehrlich gesagt nicht, was ich da abonnieren wollte. Da ist eigentlich nichts dabei, was richtig in die Tiefe geht. Das kriegt man auch so mit. Dann sind auch noch die Redakteursmeinungen da drin, das sind irgendwelche Leute. Sowas finde ich überhaupt nicht interessant.

Y: Das heißt, Du nutzt eher Internetmedien, weil Du da mehr in die Tiefe gehen kannst?

Experte 3: Ich suche mir genau aus, was ich lesen will.

Y: Und wie machst Du das?

Experte 3: Das mache ich ganz spontan. Man kriegt ja sehr leicht die Überschriften zu lesen. Das Thema, das mich interessiert klicke ich dann an. Wenn mir langweilig genug ist, lese ich mir vielleicht auch mal ein Thema durch, das mich nicht so interessiert. Da klicke ich dann einfach rein.

Y: Und die Themen bekommst Du dann durch Google? Oder hast Du da andere Methoden?

Experte 3: Ja, es ist halt surfen.

Y: Du nutzt also kein RSS Feed oder ähnliches?

Experte 3: Nein, also feste Quellen gar nicht. Was ich so regelmäßig abklopfe sind eigentlich die Webportale heise und golem. Eine Zeit lang habe ich mal die Google News benutzt. Das mache ich

aber schon länger nicht mehr, eigentlich ohne besonderen Grund.

Y: Okay.

Experte 3: Ich habe mal festgestellt, dass ich sowieso lieber die Artikel auf den genannten Seiten lese.

Y: Also ich hatte gerade ein Gespräch, da kam raus, dass Produktdokumentationen interessant sind und gerne angeschaut werden, wie sieht es da bei Dir aus?

Experte 3: Ich suche meistens nach Textnachrichten also auch nur Textinformationen. Für Videos müsste ich mir Zeit nehmen. Ich komme ich schneller weiter, wenn ich mit Textinformationen arbeite und dann selber ausprobiere. Also Produktdokumentationen sind gut. So ein Webcast ist aber eine Sache, die ich auch mal mache.

Y: Was ist denn ein Webcast?

Experte 3: Eine aufgezeichnete Episode einer Beschreibung. Eine Lehrstunde zu einem bestimmten Thema. Wo irgendwer irgendwas erklärt.

Y: Das heißt also, Du benutzt die Internetmedien um zu surfen, Dir allgemeine und auch fachspezifische Informationen zu suchen. Keine Printquellen?

Experte 3: Zeitungen habe ich auch mal probiert. Da hat sich aber mehr Altpapier angesammelt, als das ich gelesen habe. Fernsehen gucke ich auch nicht so.

Y: Wie stehst Du denn zu Newslettern?

Experte 3: Meistens kommen die immer dann, wenn man keine Zeit hat, sie zu lesen. Ich hab mir irgendwie nie so richtig angewöhnt Newsletter zu lesen. Ich habe aber auch noch keinen gefunden, der mich wirklich so richtig angesprochen hat, den ich dann gerne lesen würde.

Y: Okay. Gut. Dann sind wir eigentlich mit den Fragen fast durch. Wenn Du fachspezifische Sachen suchst, dann meistens über die Suchmaschine und dann über Stackoverflow.

Experte 3: Richtig.

Y: Gut, dann habe ich noch eine Bonusfrage zum Schluss. Meine Arbeit behandelt nämlich auch die Begriffe Nerd und Geek. Ich würde gerne mal wissen, was Dir in Zusammenhang mit den Begriffen durch den Kopf geht und was Du davon hältst.

Experte 3: Naja. Ich würde erstmal sagen, dass ich die Begriffe überwiegend als Synonym empfinde. Eigentlich finde ich sie ziemlich austauschbar. Dann würde ich mich selber dazu zählen. Man kann das auch irgendwie als Techie oder so bezeichnen. Ja, also ich finde das ist schon positiv besetzt, weil es für mich Leute sind, die über die Dinge nachdenken. Dass es hin und wieder zur Folge hat, dass die Leute seltsam und eigenbrötlerisch wirken, ist sicherlich eine natürliche Begleiterscheinung. Das trifft aber auch nicht auf jeden zu. Das ist immer in gewissen Grenzen. Also, ich bin gerne Nerd.

Y: Super, das ist doch ein schönes Schlusswort. Ich danke Dir.

Experte 3: Gerne. Hat Spaß gemacht.

4, 5 Experten D und E

Wo: Invalidenstraße 35, Balzac Coffee, Berlin

Interviewdauer: 23:49 Minuten am 08. Juni 2013

Y: Gebt mir doch bitte mal ganz kurz eine Info zu Euch. Quick Facts, was Ihr so macht.

Experte 4: Okay. Ich bin Diplom-Informatiker und 32 Jahre alt. Seit fünf Jahren arbeite ich jetzt als Softwareentwickler. Fast sechs sogar.

Experte 5: Ich arbeite seit einem Jahr und drei Monaten als bezahlter Entwickler. Angehender Bachelor of Science im Bereich Informatik.

Y: Und vorher hast Du als Freelancer gearbeitet oder was hast Du gemacht?

Experte 5: Vorher habe ich für meine eigene Firma gearbeitet. Ich habe nebenbei eine eigene Firma, die auch im Entwicklerbereich liegt.

Y: Okay. Jetzt wär es ganz schön mal zu wissen, wie Ihr so allgemein den Tag mit den Medien verbringt? Was ist so Euer Ding?

Experte 4: Also, ich habe neulich eine Umfrage gelesen: Bist du Internet süchtig. Da konnte ich schon die Fragen nicht richtig beantworten. Die lauteten in etwa: Bist du mehr als 4 Stunden am Tag im Internet? Da habe ich gedacht, ich bin immer im Internet. Es geht gar nicht, nicht im Internet zu sein. Ich arbeite 40 Stunden die Woche, bin immer am PC, wo Internet ist. In der Freizeit bin ich auch häufig im Internet. Entweder zu Freizeitzwecken oder um mich über irgendwas zu informieren. Im Internet bin ich quasi dauerhaft.

Y: Ist das bei Dir auch so?

Experte 5: Ja, jobtechnisch auf jeden Fall. Ich bin, glaube ich, in der Freizeit aber weniger im Internet. In der Freizeit sitze ich dann eher vor dem Fernseher. Also mehr Fernseher als Computer. Mir reicht das nach acht Stunden Arbeit.

Y: Und was mach Ihr so im Internet, gezielt?

Experte 4: Ich lese viele Newsseiten. Ich habe einen Bookmark-Folder. Da sind so ungefähr 15 verschiedene Seiten gespeichert. Über die versuche ich mich aktuell zu halten. Das sind auf der einen Seite allgemeine News, wie Spiegel oder Welt oder ähnliches. Und dann sind das aber auch viele Techniknews. Also winfuture, heise und seit einigen Tagen auch t3n. Ich lese die Newsticker und die Artikel die mich interessieren, lese ich dann weiter.

Y: Also über die Bookmarks findest Du Deine News. Und die die dich interessieren klickst du dann an und kommst dann auf die Webseite.

Experte 4: Also die Bookmarks sind die Newsticker der Webseite. Also da sieht man die letzten sieben Tage News, zusammengefasst als Einzeiler. Dann klicke ich, je nachdem welches Thema mich interessiert, die Links an.

Y: Und warum gehst Du nicht direkt auf die Webseite?

Experte 4: Das ist eigentlich direkt die Webseite. Es ist nur halt gleich der Newsticker. Mich interessiert die Startseite einfach nicht. Die ist mir zu sehr Kundenfang. Ich weiß ja eigentlich schon was ich will und muss nicht auf die Startseite.

Y: Und wie ist es bei Dir?

Experte 5: Ich erscheine dem Kundenfang zu erliegen. Ich habe auch so meine drei, vier, fünf Newsseiten, die ich mir angucke. Ich gucke dann schon eher auf die Startseite, als das ich mir den Newsticker angucke. Außer heise vielleicht. Die haben immer gute Informationen, da gehe ich immer auf den Ticker. Bei Spiegel gucke ich mir die Startseite an.

Y: Und wenn Du dir fachspezifische Informationen suchst, gehst Du dann direkt auf die Webseiten oder wie machst du das?

Experte 5: Ja, doch schon eher. Also bei Golem zum Beispiel. Da gehe ich immer direkt auf die Startseite.

Experte 4: Es kommt immer ein bisschen drauf an. Wenn ich mich allgemein informieren möchte, dann über den Newsticker. Wenn ich eine spezielle Frage habe, dann meistens über die Google-Suche. Und Google leitet mich dann auf den richtigen Teil einer Webseite, da hin wo ich hin will. Also, ich gehe da nicht auf eine Webseite und suche innerhalb dieser Webseite. Das mache ich definitiv über Google, weil Google besser weiß, auf welcher Seite ich jetzt die Antwort finde.

Y: Achso, okay. Da ist Euer Suchverhalten in Freizeit und Privat ähnlich. Oder wie geht ihr da ran, wenn ihr an einem Projekt sitzt? Wie beginnt ihr zu Recherchieren.

Experte 5: Also, so richtig Recherche betreiben wir eigentlich nicht. Wenn wir eine konkrete Fragestellung zu einem Problem haben, gehen wir einfach über Google und landen meistens auf denselben Seiten. Da gibt es zwei, drei gute Seiten, die die Fragen super beantworten.

Y: Was sind das so für Seiten?

Experte 5: Stackoverflow ist so die beste Seite, um nach Lösungen zu suchen. Da findet man quasi die Antwort auf alles. So richtig Recherche mussten wir noch nicht betreiben. Das macht vorab der Produktmanager.

Y: Okay. Das heißt Ihr setzt meist Produkte ein, die der Produktmanager Euch vorgibt, arbeitet dann damit und schaut wie alles funktioniert.

Experte 5: Das Produkt wird quasi von dem Produktmanager entwickelt und wir sollen es umsetzen. Wir bekommen keine technischen Vorgaben

Y: Wie kommt Ihr dann auf die Idee, wie Ihr es umsetzen wollt? Im Team oder wie macht Ihr das?

Experte 4: Genau. Es gibt einige Tools die wir nutzen, um Projekte umzusetzen. Die kennt man schon durch die allgemeinen Recherchen die man vorher gemacht hat. Beispielsweise bestimmte Frameworks. Wir machen in letzter Zeit hauptsächlich Webseiten, da gibt es irgendwelche Web-Frameworks. Die hat man grundsätzlich schon gehört.

Y: Und wenn Ihr jetzt Probleme habt und nach Lösungen sucht?

Experte 4: Immer noch Google und Stackoverflow.

Experte 5: Genau. Da bekommt man eigentlich schon eine Antwort, die in die richtige Richtung geht.

Y: Okay. Und was haltet Ihr von Social Media?

Experte 4: Wenig bis gar nichts. Ich bin zwar aus Gründen des Gruppenzwangs bei Facebook angemeldet. Aber es geht mir eigentlich von vorne bis hinten auf den Keks. Was andere Leute posten interessiert mich nicht. Wenn ich was poste habe, ich das Gefühl, es wird nicht so richtig wahrgenommen, es geht irgendwie im Schwarm unter.

Y: Okay.

Experte 4: Google+ und Twitter benutze ich gar nicht. Und Facebook wirklich nur um Leuten eine Nachricht zu schreiben. Da benutze ich eigentlich nur den Messenger.

Y: Und wie ist das bei Dir?

Experte 5: Bei mir ist das etwas anderes. Ich teile mich zwar auch nicht dauerhaft mit, aber ich schreibe ab und zu schon mal was bei Facebook. Ich followe auch Leuten auf Twitter. Es sind zwar nur fünf, aber ab und zu nutze ich es mal.

Y: Und welchen Leuten followst Du auf Twitter?

Experte 5: Zwei Astronauten, Stephen Hawking und seit neuestem meinem Arbeitgeber. Das war es auch quasi schon.

Y: Also nicht heise, golem etc. Die haben doch alle auch Twitter-Profile.

Experte 5: Ne. Da steht dann ohnehin nur das, was man auch schon im Newsticker gefunden hat.

Y: Okay, alles klar. Und die Kommunikation über die Kanäle, wenn es etwas Neues oder Interessantes gibt, die streut Ihr dann nicht über Social Media.

Experte 5: Nein.

Experte 4: Nein

Y: Das heißt, Eure Informationsquellen, wenn es um fachspezifische Themen geht sind Newsticker und die Suchmaschine. Und wie sieht es mit Blogs aus?

Experte 5: Also, ich lese keine Blogs.

Experte 4: Ich lese das Lawblog in der Freizeit. Das ist ein Juristenblog. Ansonsten höre ich Podcasts. Also Tom Bridlaf, der so Technik-Podcasts macht, die höre ich ganz gerne, dass ist ziemlich entspannt.

Y: Okay. Also hauptsächlich seid Ihr im Internet unterwegs. Gibt es denn auch andere Informationskanäle, die für Euch in Frage kommen?

Experte 5: Du meinst Offline-Quellen?

Y: Genau.

Experte 5: Nein, gar keine Offline-Quellen.

Experte 4: Nein, gar nicht. Das ist Verschwendung. Ich lese keine ausgedruckten Sachen mehr. Selbst meine Bücher lese ich eher auf dem Tablet als ausgedruckt.

Y: Okay.

Experte 5: Also, Zeitschriften lese ich schon noch. Aber eigentlich nur t3n und CT. Was halt quasi heise ist.

Y: Und hast Du die abonniert?

Experte 5: Ja.

Y: Wieso?

Experte 5: Die t3n weil meine Freundin im Marketing arbeitet und da auch sehr viel über Marketing drin steht. Die CT, weil es eine gute Klokeltüre ist.

Y: Und Du, Du hast gesagt Du liest auf Deinem Tablet?

Experte 4: Genau, ich lese nur über mein Tablet oder mein Smartphone.

Y: Und hast Du dazu auch ein richtigen E-Reader?

Experte 4: Nein. So ein Tablet ist ja quasi ein E-Reader und noch mehr.

Y: Okay, alles klar. Ich habe noch eine andere Frage. Es geht um den Begriff Nerd und Geek. Wie steht Ihr zu den Begriffen.

Experte 4: Ich finde das Wort Nerd ist jetzt nicht negativ besetzt. Er ist halt ein Fachidiot. Naja kein Idiot. Er ist halt jemand, der sich in einem bestimmten Thema besonders gut auskennt und daher auf andere Leute ein bisschen befremdlich wirkt. Man kann mich durchaus auch in irgendeiner Form als Nerd bezeichnen. Das fänd ich jetzt nicht schlimm.

Experte 5: Das sehe ich genauso.

Y: Und seht ihr da ein Unterschied zwischen Nerd und Geek?

Experte 4: Geek ist für mich noch eine Spur weiter weg von der Realität. Aber vielleicht auch nur in die Richtung Super-Brain.

Experte 5: Für mich ist ein Nerd auch jemand, der irgendwas gut kann. Aber dafür wirkt er auf andere befremdlich. Und der Geek kann halt bloß irgendwas gut. Also ausstehende denken sich bei ihm halt nicht: Oh, guck dir den mal an. Also ich würde mich daher als Geek bezeichnen, weniger als Nerd. Weil man mir auf der Straße wahrscheinlich nicht ansieht, dass ich intelligent bin. Informatiker bezeichnen sich gerne mal als hochintelligent.

Y: Und geht Ihr eigentlich oft auf Konferenzen oder ähnliches?

Experte 4: Da muss ich zu meiner Schande gestehen, nein. Eigentlich nehm ich mir öfter vor zum C3 zu gehen. Aber mach es dann doch wieder nicht. Die Medienabdeckung ist dann auch so gut, da kann ich mir die Vorträge etc. auch im Internet anschauen.

Y: Aber ist es denn nicht auch mal cool, mit Gleichgesinnten in Kontakt zu kommen?

Experte 4: Naja. Wenn ich auf einer Konferenz bin und mit 100 Leuten in einem Raum sitze, dann bin ich jetzt nicht der Typ, der zu einem hingeht und etwas fragt. Ich bin dann eher der Internetmensch, der sagen würde: Mich interessiert das Thema, kann mal jemand was posten.

Experte 5: Ich habe mir fest vorgenommen dieses Jahr auf mehr Konferenzen zu gehen. Doch bisher hab ich es noch nicht geschafft, auf eine zu gehen.

Y: Okay. Nochmal grob zusammengefasst. Warum nutzt Ihr das Medium Internet hauptsächlich?

Experte 4: Ich nutze das Internet, weil ich es kontrollieren kann. Ich kann das Fernsehen nicht kontrollieren, es spielt mir Werbung vor. Ich kann Printmedien nicht kontrollieren. Sie sind für mich nicht aufbereitet genug.

Y: Was heißt das nicht aufbereitet genug?

Experte 4: Beim Internet habe ich das Gefühl, dass ich erst eine Übersicht habe. Je mehr mich das Thema interessiert klicke ich mich dann halt rein, dann hab ich immer mehr Details und immer mehr Querverweise. Und ein Artikel den ich in gedruckter Form habe, den kann ich entweder lesen oder nicht. Das ist für mich dann schon alles. Ich kann kein Kommentar lesen oder was anderes.

Y: Das ist Dir also zu langweilig?

Experte 4: Weiß ich nicht. Ich kann beispielsweise sehr lange Artikel online lesen. Und ich kann auch Podcasts hören, die fünf Stunden dauern. Von der Ausdauer her ist das gar nicht das Problem. Sondern mir geht es dann darum, dass ich im Internet einfach ganz gezielt das bekomme, was mich in dem Moment interessiert.

Y: Okay. Und was ist der Zweck für Dich?

Experte 5: Also, für mich ist das Internet ein Unterhaltungsmedium, wie der Fernseher.

Y: Super. Ihr habt es geschafft. Ich danke Euch.

6 Experte F

Wo: Rotherstraße 16, Sedici Restaurant, Berlin

Interviewdauer: 23:28 Minuten am 18. Juni 2013

Y: Ich würde zu Beginn gerne mal von Dir hören, was Du so machst und wie Du zu Deinem Beruf gekommen bist.

Experte 6: Ich habe nach meinem Abitur Wirtschaftsinformatik studiert. Ich habe ein duales Studium bei IBM gemacht. Dann hab ich ganz verschiedene Dinge gemacht, von Beratung bis Entwicklung. Danach hab ich mich erstmal dafür entschieden, in die Entwicklung zu gehen. Den Teil der Wirtschaftsinformatik noch stärker zu vertiefen. Bei meiner jetzigen Firma bin ich jetzt schon seit 2010.

Y: Also hast Du schon früh angefangen, Dich mit dem Programmieren und Quellcodes zu beschäftigen.

Experte 6: Ja. Ich war in einer naturwissenschaftlichen Klasse in der Schule und hatte dann auch Informatik Leistungskurse und Informatik im Abi. Deswegen schon recht früh.

Y: Okay, alles klar. Nun erzähl mir doch einfach mal, wie Du zum Beispiel, wenn Du Dich in eine Projektsituation reinversetzt. Du bekommst den Auftrag etwas zu programmieren oder ein Produkt zu integrieren. Wie recherchierst Du vorher? Wie bekommst Du einen Überblick über das was Du zu tun hast?

Experte 6: Ich versuche natürlich erstmal das ganze Projekt zu durchdringen, dazu stelle ich kritische Nachfragen. Auch da man häufig in die Situation gerät, das der Produktmanager und andere Stakeholder im Unternehmen, den Aufwand nicht ganz erkennen, der hinter den Entwicklungen steckt. Es müssen also die Anforderungen besprochen werden. Wenn ich das Projekt dann durchdrungen habe und dazu mein Commitment gegeben habe, bin ich eigentlich mehr der Mensch, der dann direkt loslegen will und relativ schnell ein Ergebnis sichtbar machen will.

Y: Und befragst Du dann Leute aus Deinem Unternehmen oder suchst Du Dir auch anderweitig Informationen?

Experte 6: Das kommt darauf an. Kollegen sind natürlich ein super erster Ansprechpartner. Wenn es jedoch ein neues Thema ist, googelt man einfach mal drauf los und guckt was einem so begegnet. Man guckt, ob es in diesem Fall schon Lösungen gibt, die man modifizieren kann.

Y: Also Du googlest mit der Suchmaschine?

Experte 6: Google ist super.

Y: Und hast Du da bestimmte Auswahlkriterien auf welche Quellen du zugreifst?

Experte 6: Schwer zu sagen. Man hat glaub ich relativ schnell ein Gefühl, ob die Lösung passt oder nicht. Dann probiert man einfach aus. Mit der Zeit bekommt man auch ein Gefühl dafür, ob die Quelle weiterhelfen kann oder ob die Leute da auch nicht so recht Bescheid wissen.

Y: Okay. Welche Quellen benutzt Du denn gerne?

Experte 6: Ich habe keine bestimmten Seiten, die ich gerne nutze.

Y: Und an was machst Du fest, welche Quelle seriös ist und welche nicht.

Experte 6: Man erkennt mit der Zeit, auf was für einem Niveau die Diskussionen geführt sind. Auch das Ranking über Google ist wichtig. Die Community, die Du auf der Seite vorfindest, sagt meistens schon sehr viel darüber aus, was man davon halten kann.

Y: Das heißt Du googlest Dein Problem. Kommst dann auf einen Blog. Empfindest ihn dann, anhand der Reputation für gut oder nicht gut.

Experte 6: Ist da Aktivität drauf, dann ist das gut. Sind da Likes drauf oder Kommentare. Oder ist das bloß einer, der alleine schreibt.

Y: Da du gerade Likes angesprochen hast. Meinst Du damit Facebook Likes?

Experte 6: Prinzipiell meine ich damit Facebook Likes, ja. Ich glaube, dass die Qualität von Google+ besser ist. Doch das nutzen einfach viel zu wenig Menschen. Das ist eine sehr spitze Zielgruppe, die sehr Tech-Affin ist. Wird aber, denke ich, noch nicht so genutzt. Ich selbst hatte mich auch mal angemeldet. Bei Google+ hatte ich aber immer die gleichen zwei bis drei Leute, die da was geschrieben haben.

Y: Und auf welchen Plattformen bist Du noch angemeldet?

Experte 6: Ich bin noch bei Twitter angemeldet. Da konsumiere ich mehr, als das ich schreibe. Ich bin bei den Business-Netzwerken XING und LinkedIn. Und ich bin Foresquare süchtig. Foresquare ist echt ein cooles Tool.

Y: Foresquare heißt das? Was ist das denn?

Experte 6: Foresquare ist ein Location-Based-Service. Das heißt, Du checkst ein, wenn Du irgendwo hin gehst. Du kannst natürlich auch Freunde treffen, wenn sie gerade in der Nähe sind. Doch was Foresquare aus meiner Sicht spannend und gut macht, ist das Foresquare Dir Empfehlungen über die Umgebung gibt. Wenn Du im Urlaub bist oder in einer Stadt in der Du neu bist oder wenn Du einfach nur zu Hause bist, lernst Du durch Foresquare neue Läden kennen. Einfach weil da viele Leute hingehen, weil es da gute Bewertungen gibt.

Y: Okay. Aber das ist jetzt nichts was Du für Deinen Job nutzt. Das benutzt Du in Deiner Freizeit?

Experte 6: Ja, genau.

Y: Und wie ist das mit Twitter? Du hast gesagt Du konsumierst. Was konsumierst Du da?

Experte 6: Ich nutze Twitter, um über die Themen die mich interessieren auf dem Laufenden zu bleiben. Twitter ist für mich ein bisschen der Nachrichtenersatz, es ist ein sehr schnelles Medium. Twitter ist auch ein Medium, das man gut nutzen kann, wenn man nicht sehr viel Zeit hat, um Medien zu konsumieren. Weil Du auf 140 Zeichen die wichtigsten Infos kriegst. Und wenn Dich etwas interessiert, dann liest Du halt nach. Du kannst Dir mit Twitter Deine Interessen sehr genau zusammensstellen, Twitter hat da sehr niedrige Hürden zum Einstieg.

Y: Okay. Und wenn Du mal darüber nachdenkst. Was ist so Dein Lieblingsmedium, um fachspezifische Informationen zu bekommen.

Experte 6: Ja, klar. Ich like auf Facebook so ein paar Seiten, die einen interessieren. Meistens sind das Blogs und sowas. Alles andere hat einfach zu stark diesen Nachrichtencharakter. Um jetzt für die Arbeit relevante Infos zu bekommen, ist es etwas, was man gut nebenbei konsumieren kann. Ich bin nicht so der Typ, der jetzt jeden Tag nach neuen Fachinformationen sucht. Ich konsumiere gerne nebenbei und wenn mich das Thema anspricht, dann lese ich halt mehr dazu. Wahrscheinlich ist es am ehesten Facebook.

Y: Okay, das ist interessant, warum ist das denn so?

Experte 6: Ich bin sowieso auf Facebook. Man wird von der Frequenz nicht erschlagen. Es ist immer eine gute Mischung aus privaten, persönlichen und beruflichen Interessen. Das macht es nicht anstrengend, sich indirekt darüber weiterzubilden oder Trends aufzusaugen.

Y: Ja okay, das kann ich nachvollziehen. Wie sieht es denn dann aus, wenn Du etwas in Dein Netzwerk, Dein Umfeld kommunizieren willst. Machst Du das dann auch über Facebook?

Experte 6: Ich muss sagen, früher hatte ich mal einen Blog, den ich recht tief gepflegt habe. Da komme ich aktuell leider nicht mehr dazu.

Y: Oh, schade. Woran liegt es denn?

Experte 6: Ich glaube das Problem war dann irgendwann, dass ich nicht das Thema gefunden habe, worüber ich wirklich schreiben wollte. Das war alles so bunt gemischt. Und wenn alles so bunt gemischt ist, dann kriegst Du halt irgendwie mal ein bisschen Traffic, weil Du irgendein Thema adressierst, was sehr speziell ist. Ansonsten bleibst Du halt einfach bei Deinem Freundeskreis.

Y: Ah verstehe. Es ist einfach kein großer Mehrwert da.

Experte 6: Genau, dazu ist mir dann einfach die Zeit zu schade.

Y: Okay. Wurdest Du damals eigentlich durch einen anderen Blog dazu inspiriert selber zu bloggen? Oder woher kam das Bedürfnis?

Experte 6: Klar. Es gibt natürlich Blogs, die klickt man öfter an. Man weiß, der steckt da viel Arbeit und Zeit rein. Da gibt es einen Mehrwert, den man woanders nicht erhält. Es gibt durchaus einige Blogs, die von der Daten- und Faktenlage um einiges seriöser sind, als beispielsweise große Magazine. Du weißt, dass ist das Hobby von denen, die beschäftigen sich den ganzen Tag damit, das ist einfach mehr wert. Klar, es gibt Blogs auf die man immer wieder gern geht. Ich habe aber keinen speziellen der mich inspiriert hat.

Y: Auf welchen gehst Du denn immer gern?

Experte 6: Ja, das ist jetzt nichts Berufliches. Ich gehe immer auf alles-außer-sport.de. Da geht es um die Hintergründe zum großen Sport. Ich bin ein großer Fußballfan und da kann man sich halt über die Politik dahinter informieren. Das findest Du in anderen Magazinen oder klassischen Sport-Websites einfach nicht.

Y: Cool, das muss ich mir mal anschauen.

Experte 6: Das ist manchmal vielleicht ein bisschen befremdlich, weil dort auch viel US Sport behandelt wird.

Y: Aha. Na, ich schaue mir das mal an. Du hast gerade das Thema Magazin angesprochen. Wie sieht es denn da mit dem Nutzungsverhalten aus.

Experte 6: Ich bin kein Mensch der täglich eine Zeitung konsumiert. Ich komme hin und wieder auf die Webseiten der Zeitungen, durch Twitter und Facebook. Ich bin auch kein Mensch der Magazine konsumiert. Ich geh immer auf Spiegel online. Aber wenn ich mir einen Zeitung oder Zeitschrift kaufen würde, dann würde ich sie zu Hause hinlegen und da würde sie auch bleiben. Wenn ich mal in Urlaub fahre, da würde ich bestimmt eine lesen. Dann aus Beschäftigungsgründen.

Y: Okay. Und welches Magazin nutzt Du, um fachspezifische Informationen nachzuschlagen? Gibt es da gute Quellen, um sich weiterzubilden und Neues kennenzulernen?

Experte 6: Gibt es bestimmt. Nutze ich aber nicht.

Y: Warum nicht?

Experte 6: Also, was ich an dem Medium Print schwierig finde ist, dass Du Deine Aufmerksamkeit voll auf das Medium richten musst, um irgendwie zu verstehen, was da drin steht. Das kann ich irgendwie machen, wenn ich ein Buch zum Einschlafen lese. Aber ich würde mich nicht zu Hause hinsetzen und ein Magazin lesen. Das passt einfach nicht in mein Mediennutzungsverhalten. Ich bin so ein Mensch, der mehrere Medien gleichzeitig braucht.

Y: Okay. Wenn Du Dich jetzt mal in eine Projektsituation hineinversetzt. Du musst ein externes Produkt in Deine Lösung integrieren. Wo holst Du Dir da Deine Informationen, falls Du nicht weiter kommst?

Experte 6: Es ist immer sehr gut, direkt mit dem Entwickler über das Produkt zu sprechen, um gleich auszuloten ob die Produkte zusammenpassen und welcher Integrationsaufwand dahinter steckt.

Y: Machst Du das dann persönlich oder wie suchst Du den Kontakt zu den Personen?

Experte 6: Es vereinfacht es natürlich. Man braucht aber dann jemanden der tatsächlich eine ähnliche Rolle in dem anderen Unternehmen spielt. Als Entwickler willst Du eigentlich nicht mit dem Berater sprechen, weil der Berater Dir natürlich erzählt, dass alles ganz einfach ist. Häufig hilft auch die Produktdokumentation sehr gut, die findet man auf den Webseiten der Hersteller. Was mir angewöhnt habe, was am Anfang nicht so war, dass man viele Probleme einfach erschlagen kann, indem man direkt mit dem technischen Support spricht. Das ist häufig sehr wichtig. Man ist ja nicht der einzige Kunde. Die haben schon von einigen Problemen gehört und können dann auch helfen.

Y: Also ist es Dir wichtig, dass die Produktdokumentation einiges her gibt und Du eine kompetente Bezugspersonen bekommst.

Experte 6: Alles was man selbst nicht machen möchte, ist einem bei anderen wichtig. Wie dokumentieren.

Y: Ja, so sieht es aus. Die Dokumentation zu schreiben ist aber auch echt aufwändig.

Experte 6: Das ist wahr.

Y: Okay. Wenn Du Dich jetzt über bestimmte Produkte auf dem Laufenden halten willst, hast Du da eine Herangehensweise? Gibt es da etwas, was Du gut findest?

Experte 6: Was ich ganz gerne mache, ich gehe gerne zu Veranstaltungen. Auch Stück auf fachfremde Veranstaltungen, um die Trends der ganzen Branche ein bisschen aufzusaugen. Beispielsweise ein Anbieter für CRM Software, also eine Lösung, wo Du mal schnell Deinen Kunden eine E-mail schicken kannst. Das muss nicht der sein, mit dem Du zusammenarbeitest. Einfach aufzusaugen, was es für Trends und Möglichkeiten gibt und selbst daran zu arbeiten, das eigene Produkt besser zu machen.

Y: Auf Veranstaltungen machst Du das?

Experte 6: Ja auch auf Veranstaltungen. Doch auch über Newsletter.

Y: Oh okay, über Newsletter.

Experte 6: Ich behaupte zwar, 90 Prozent davon liest man nicht aber, ja.

Y: Wie sieht es bei Dir aus. Liest Du sie gern?

Experte 6: Kommt drauf an.

Y: Auf was kommt es denn an?

Experte 6: Du willst halt richtig Inhalt bekommen. Du willst nicht unbedingt den Newsletter bekommen, der von anderen Quellen abschreibt. Du willst auch Wissen bekommen, damit Du das Ding regelmäßig konsumierst. Der Newsletter ist irgendwie ein langsames Medium, weil er immer in einer Sequenz rausgeschickt wird. Weiß nicht, ein Mal die Woche oder ein Mal im Monat. Newsletter sind gut für Wissen, das nicht unbedingt mit der Zeit in engem Zusammenhang steht, zu der Zeit, wo ich ihn konsumiere.

Y: Super. Ich danke Dir. Ich merke, wir müssen los. Dann habe ich jetzt noch eine Bonusfrage für Dich. Ich will ganz gerne einfach mal von Dir wissen, wie Du die Begriffe Nerd und Geek einschätzt.

Experte 6: Nerd und Geek. Geek ist mir gar nicht so geläufig. Nerd ist aus meiner Sicht negativ geprägt. Ich würde aber durchaus auch Menschen so bezeichnen.

Y: Wen denn?

Experte 6: Kollegen, die sehr stark ihre Sprache, wie sie online mit ihrem Rechner kommunizieren, in die reale Welt transportieren. Das finde ich sehr schrecklich. Auch ein Stückweit eindimensional. Für mich sind das Menschen, die die Nähe zum realen Leben verloren haben. Die sich in etwas sehr stark rein steigern und dann auch nur das haben.

Y: Okay. Und würdest Du Dich selber als irgendwas bezeichnen? Der Geek, um das mal zu beschreiben, ist in der Populärwissenschaft der lockere Nerd. Er hat aber die Nerd-Eigenschaften. Nerd vs. Geek, da macht sich der Geek beispielsweise dadurch aufmerksam, dass er statt ein PC ein Apple nutzt. Statt ein Buch zu lesen, ein Tablet nutzt etc.

Experte 6: Achso. Dann würde ich mich als Geek bezeichnen. Das ist doch aber auch negativ belastet. Ich hab selbst mal so ein Seminar oder keine Ahnung was besucht. Diese Generation wo ich mich auch rein zähle, das ist so mehr digital native. Diese always online Generation. Das ist relativ typisch für unsere heutige Welt, ich denke das ist nichts typisches für einen Entwickler, dass man immer online ist und sein Smartphone dabei hat.

Y: Gut, ich danke Dir.

Experte 6: Gern.

7 Experte G

Wo: Grünberger Straße 69, Hot-Dog-Soup, Berlin

Interviewdauer: 24:36 Minuten am 21. Juni 2013

Y: Nur um uns einzustimmen, würde ich ganz gerne einfach nur kurz hören, was Du derzeit so machst.

Experte 7: Also, ich bin Entwickler bei einem großen Online-Shop in Deutschland. Ich mache PHP-Entwicklung in einem Shop-System. PHP programmieren und Fehler ausmerzen.

Y: Okay, super. Wenn Du Dich jetzt mal in Deine Arbeit hineinversetzt. Wie recherchierst Du, wenn Du einen Projektauftrag erhältst.

Experte 7: Ich frage die anderen Mitarbeiter. Vor allem die, die schon länger dabei sind und das System besser kennen. Die erklären mir dann, welche Sachen beachtet werden müssen. Dann fange ich an, die ganzen Aufträge die ich bekommen habe, umzusetzen. Recherche ist da weniger von Nöten, weil die Aufgabe schon so festgesetzt ist, dass ich nicht recherchieren muss. Ich kriege einen festen Plan, weiß was ich machen muss und setze die Funktion um.

Y: Und wenn Du auf Probleme stößt?

Experte 7: Dann wieder die Entwickler fragen. In wenigen Fällen auch mal suchen, über Plattformen wie PHP.net oder aber ganz plain einfach googlen. Aber auf die Probleme die wir stoßen, dass sind Probleme, die wir durch die Software selbst bekommen und nicht Probleme die Entwicklungslernatur sind. Wir stoßen nicht auf Probleme die von der Entwicklung her rühren, sondern weil die Software nun so groß ist, dass man nicht mehr alle Fälle berücksichtigen kann.

Y: Und wenn das eine bestimmte Software ist, kann man da nicht irgendjemand fragen, der die Software entwickelt hat?

Experte 7: Könnte man. Das Problem in unserem Fall ist, dass die Software nun schon so alt ist und über die Jahre so oft angepasst wurde, dass selbst der, der die Software geschrieben hat, mit dem System nichts mehr anfangen kann. Es ist so umgebaut, dass nicht mehr das da ist, was er hergestellt hat. Ein Vergleich wäre jetzt: Ein Opel Corsa, den man so aussehen lässt, als wäre es ein Ferrari. Der auch fährt wie ein Ferrari, aber wenn die Polizei kommt, fällt er auseinander und er ist ein Trabi. Das ist ein extrem komplexes System, das wurde glaube ich 2000 geschrieben und aufgesetzt und seit dem permanent weiterentwickelt. Immer mal was Neues reingeschrieben und kleine Änderungen an dem System gemacht. Das führt dazu, dass es nach 13 Jahren nur noch ein großer Heuballen ist. Da muss man aufpassen, dass man nicht den falschen Halm rauszieht.

Y: Und hältst Du Dich denn über aktuelle und neue Programme auf dem Laufenden?

Experte 7: Das machen wir intern. Dazu haben wir in unserer Entwicklungsabteilung ein wöchentliches Meeting, wo wir solche Sachen besprechen. Was ist Neues da, was könnte man in die Software integrieren, um das weiter zu entwickeln. Auch in meinem direkten Team selbst, da sind wir sechs Leute. Wir besprechen das intern bei uns.

Y: Das heißt also, ihr findet Ideen, was man noch machen kann und sucht nach Wegen zur Entwicklung.

Experte 7: Mehr in die Richtung der Verbesserungen. Das wir Sachen finden, beispielsweise neue jQuery Schnipsel, die Formulareingaben einfacher machen. Es stellt sich für uns die Frage, ob es Sinn macht, diesen Code bei uns einzubauen und wenn ja, vereinfachen wir damit das System oder würden wir es damit verkomplizieren. Das müssen wir ganz groß beachten, die das ganze komplexer machen. Wir wollen das System einfacher machen.

Y: Und wo findest Du Deine Ideen?

Experte 7: Das sind die ganzen einschlägigen Portale wie heise.de, golem, t3n. Da schaue ich tagsüber rein. Da werden oft neue Sachen erklärt, wie neue PHP Versionen, neue MySQL Versionen, jQuery Plugins.

Y: Das heißt Du informierst Dich über die Webportale über fachspezifische Themen.

Experte 7: Das mache ich, um auf dem Laufenden zu bleiben. Wo gab es beispielsweise irgendwelche schwerwiegenden Fehler, die irgendwelche schwerwiegenden Bugs haben. Sowas müssen wir auch berücksichtigen.

Y: Okay. Da schaust Du dann quasi täglich drauf?

Experte 7: Ja. Da schaut jeder aus unserem Team kontinuierlich drauf. Und irgendeiner hat immer irgendein Ding das ihm sagt, dass es da ein Problem gibt oder eine Problemlösung entwickelt wurde. Das ist schon ein täglicher Prozess, ja.

Y: Und hältst Du Dich denn auch persönlich auf dem Laufenden? Wie machst Du das?

Experte 7: Zu Hause nicht mehr. Also nur noch während der Arbeitszeit. Ansonsten ist programmieren nicht mehr angesagt. Wenn man das neun Stunden pro Tag macht, fünf Tage die Woche, seit sechs Jahren, dann will man das nach der Arbeitszeit nicht mehr machen. Ich zumindest nicht. Ich mach dann lieber einen anderen Ausgleich. Also, irgendwelche Sachen mit Holz bauen oder Fallschirmspringen gehen. Es kommt aber immer mal wieder vor. Natürlich fragt irgendein Freund oder Bekannter nach Hilfe. Natürlich helfe ich dann, dass sind dann aber Sachen, da muss ich nicht für recherchieren, dass kann ich so machen. Von daher halte ich mich zu Hause nicht auf dem Laufenden. Das mach ich für die Arbeit, während der Arbeit.

Y: Und wie sieht es allgemein mit Deinem Mediennutzungsverhalten aus? Du bist wahrscheinlich viel im Internet?

Experte 7: Zu 120 %

Y: Okay. Welche Medien benutzt Du noch, um Dich zu informieren?

Experte 7: Keine weiteren Medien. Also für mich ist das Internet wirklich das einzige Medium. Ich habe keinen Fernseher, ich lese keine Zeitung. Da bleibt also nur das Internet.

Y: Warum liest Du keine Zeitung oder Zeitschriften?

Experte 7: Also bei Zeitungen interessieren mich vielleicht 15 % der gesamten Zeitung. Dann müsste ich mir eine weitere kaufen, wo mich dann die nächsten 15 % interessieren und die nächste Zeitung kaufen, wo mich wieder 15 % interessieren, um dann mal irgendwann auf 100 % zu kommen. Also suche ich mir die Sachen lieber gleich im Internet zusammen. Da weiß ich, wo ich was finde und habe das in einem Bruchteil der Zeit und habe weniger Papiermüll.

Y: Ja, weniger Papiermüll. Da geh ich mit. Fachspezifische Informationen suchst Du Dir dann also im Internet.

Experte 7: Genau, nur im Internet. Weil das Internet die Bedürfnisse die ich habe, wenn es um Informationen etc. geht, am schnellsten und zufriedenstellenden befriedigt. Auf unkompliziertesten Weg. Also ich hatte früher mal das CT Abo. Das wurde aber auch über die Jahre weniger, weil sich bei mir die Entwicklung differenziert hat. CT ist halt eher Hardware als Software. Es gibt ein paar Zeitschriften, die ich durchaus lesen würde, aber die sind mir einfach zu teuer.

Y: Welche Zeitschrift wär das denn?

Experte 7: Also das wäre die t3n, die würde mich interessieren. Im Grafikbereich gibt es noch eine Zeitschrift, aber das ist für mich alles nicht bezahlbar. Also, den Nutzen den ich aus der Zeitschrift rausziehe, ist mir für das Geld nicht genug. Davon kann ich mir 10 Internetleitungen leisten und habe die gleichen Informationen.

Y: Okay. Und wenn Du Dir jetzt Informationen im Internet suchst, gehst Du dann gezielt auf diese Webseiten oder machst Du das anders?

Experte 7: Kommt drauf an. Normale Informationen wie: Was gibt es Neues, wo ist was Neues da und wo hat sich was verändert, da gehe ich gezielt, weil ich weiß, wo ich was finde. Das finde ich dann auf den Herstellerseiten, die spezielle Programme behandeln oder die jeweilige Produktseite. Oder ich gehe auf Magazinseiten, wie heise, Golem oder andere Portale. Wenn ich suche, suche ich meistens aufgrund eines speziellen Problems, weil eine Funktion nicht das macht, was ich erwarte. Dann suche ich über Google und suche mich durch die Foren-Wüste, um von anderen Leuten, die das auch gesucht haben, die Erfahrungen rauszukriegen.

Y: Sind Foren eine sehr wichtige Quelle für Dich?

Experte 7: Also in meinem speziellen Arbeitsbereich sind Foren/Messageboards oder irgendwelche Seiten, wie PHP.net wichtig. Die haben kein Forum dahinter, aber die haben eine sehr große Kommentarfunktion, was ich sehr wichtig finde, wenn kein Forum dahinter ist.

Y: Was ist denn ein Messageboard?

Experte 7: Also, ein Forum ist ja standardmäßig so aufgebaut. Es gibt Hauptthemen, dann gibt es Unterthemen und da erstellt irgendjemand irgendeinen Thread. Der fragt etwas und möchte etwas vorstellen. Dazu gibt es weitere Einträge. Das ganze gibt es auch auf einer anderen Ebene, wo Leute einfach etwas posten und jemand anderes dazu kommentiert und das auf einen nächsten Beitrag verlinkt. Man kann sich das vorstellen wie Twitter. Obwohl, das wär jetzt zu viel gesagt, aber geht in die Richtung. Irgendjemand sagt etwas und andere antworten einfach darauf. Weil sie die gleiche Erfahrung gemacht oder sie die Nachricht bekommen haben, weil da jemand was gesagt hat und sie dazu antworten können. Das ist in meinem Bereich sehr wichtig. Also gerade in der PHP-Entwicklung, was ja eine Open Source Software ist, da geht es viel darum, aus den Erfahrungen von Kollegen zu schöpfen. Also, wenn ich nur für mich arbeiten würde, dann wäre ich auf dem Stand von vor fünf Jahren. Aber durch das ständige austauschen und in einem großen Team arbeiten, kriegt man ständig neuen Input. Das bringt einen weiter. Denn, wenn irgendjemand irgendwo herausgefunden hat, wie man das System um 500 % performanter macht, gibt das einen Mehrwert. Das verbreitet sich sehr rasant. Irgendwann wird das dann globales Wissen. Das ist bei uns sehr wichtig. Wenn ich ein Problem mit PHP habe, suche ich zuerst bei PHP.net. Dann finde ich dort die Funktion und finde dazu 20 Kommentare und da steht zu 70 % irgendwo das drin, was ich suche.

Y: Kann man dazu auch Frage und Antwort-Seite sagen, so wie Stackoverflow?

Experte 7: Nicht ganz. PHP.net ist eigentlich die Dokumentation zu PHP. Es wird die Funktion erklärt und unter der Funktion schreiben User ihre Erfahrungen dazu oder eben auch ihre Probleme. Da werden Beispiele gepostet oder irgendjemand hat herausgefunden, dass die Funktion etwas nicht so macht, wie sie es machen soll. Das wird dann gepostet und der nächste schreibt mit einem Beispiel. Auf der Ebene funktioniert das. Man findet einen großen Pool von Meinungen und kann dann herausfinden, ob es das Verhalten ist, das ich suche oder nicht suche.

Y: Okay. Du hattest vorhin schon Twitter erwähnt. Wie stehst Du denn zu den Social Media Kanälen?

Experte 7: Ich persönlich mag das gar nicht. Twitter nutze ich nicht. Facebook habe ich, aber aus privaten Gründen. Ich weiß, dass es für Firmen mittlerweile enorm wichtig ist, also Facebook und Google+. Es geht nicht mehr ohne und es ist ein enorm großer Markt. Ich nutze es aber nicht. Also alles was Social Media ist, nutze ich in keinsten Art und Weise beruflich.

Y: Und warum ist das so?

Experte 7: Bei Facebook habe ich keine Leute in meinem Netzwerk, mit denen ich mich austauschen könnte. Wahrscheinlich könnte ich mir so eine Gruppe aufbauen, ich habe ja auch ein paar Arbeitskollegen da drin. Ich würde mich aber nicht mit Arbeitskollegen über Facebook darüber austauschen, sondern eben direkt auf der Arbeit.

Y: Und wie ist das mit heise und den anderen Magazinen. Die haben doch auch Social Media Präsenzen?

Experte 7: Ja, da bin ich mir ziemlich sicher. Also, ich verfolge die Social Media Sachen von heise, golem und t3n nicht, weil ich weiß, dass was ich da lese, lese ich auch auf deren Seite. Da gehe ich zuerst hin. Ich mache das nicht über Facebook & Co. Das ist für die Unternehmen in erster Linie dafür da, Traffic zu generieren und weniger um das zu verbreiten, wofür sie eigentlich da sind, es zu verbreiten. Das ist halt einfach nur eine riesen große Werbeplattform. Da würden mich dann auch die ganzen Kommentare stören. Was auf Facebook als Kommentar gepostet ist, ist entweder gefällt mir oder gefällt mir nicht. Das hilft mir nicht weiter. Da geh ich lieber direkt auf die Seite. Die prozentuale Wichtigkeit dessen, was geschrieben wurde, ist für mich interessanter als das, was auf Facebook geschrieben wird.

Y: Hast Du denn aber noch andere Informationsquellen?

Experte 7: Früher Bücher.

Y: Früher?

Experte 7: Also ich habe viele PHP Bücher, die ich mal brauchte. Die würde ich heute nicht mehr rausholen.

Y: Warum nicht?

Experte 7: Weil ich die Info jetzt schneller im Netz finde. Ich weiß, wo das Buch steht. Ich weiß da steht auch die Information drin. Aber es ist A, wahrscheinlich fünf Jahre alt, es kann sich viel geändert haben und B, finde ich im Netz schneller meine Information.

Y: Also nutzt Du das Netz, weil Du schneller an Deine Informationen kommst. Liest Du denn auch Bücher online?

Experte 7: Nein, also die Bücher die ich über PHP gelesen habe, das würde ich mir online wahrscheinlich nicht durchlesen. Dann würde ich mir einen E-Book Reader besorgen, aber nicht über den Rechner lesen. Dann lieber ein Buch. Aber bei so einem Buch, wie in meinem Fall, diese ganze Software. Da lese ich mir nicht das ganze Buch durch. Ich gucke mir nur die bestimmten Bereiche an, die ich gerade brauche. Ich fange nicht an das Buch von vorne bis hinten durchzulesen. Da finde ich meine Segmente schneller im Netz. Da finde ich das Kapitel, das ich brauche und bin dann fertig.

Y: So wie man das raus hört, scheint das Internet Dein Lieblingsmedium zu sein.

Experte 7: Ja. Das ist tatsächlich mein Lieblingsmedium. Das Internet gibt mir die schnellste Information, wenn ich Informationen suche.

Y: Und wenn Du mit anderen Entwicklern in Kontakt treten willst, unabhängig von Deiner Arbeit?

Experte 7: Das habe ich bisher noch nicht gemacht. Das war immer innerhalb des Arbeitskreises oder innerhalb des Studiums.

Y: Was würde Dich dazu bewegen, irgendeine Veranstaltung zu besuchen?

Experte 7: Themeninteresse. Wenn ich Veranstaltungen empfehle, dann muss es ein Thema sein, dass mich wirklich interessiert. Aber ja, da gibt es wahrscheinlich auch viele. Ich hab mich nur noch nicht umgehört, welche es gibt und welche mich davon interessieren könnten. Momentan suche ich nichts Neues. Das kommt aber bestimmt. Das wäre ein Punkt wo ich sagen würde, wenn jemand etwas vorstellt und mich interessiert das, dann würde ich mir das anhören.

Y: Und wenn Du jetzt selber etwas herausgefunden hast. Eine super Nachricht, eine Lösung für ein Problem. Wie kommunizierst Du das?

Experte 7: Zuerst persönlich und intern auf Arbeit. Dann würde ich PHP.net anlaufen. Oder aber direkt Foren. Da kommt es wieder drauf an, was es für eine Information ist. Handelt es sich um ungelöstes Problem, gibt es irgendwo andock stellen, die das auch noch nicht lösen konnten. Da kann man sich dann andocken. Nicht über Social Media, denn die Leute, die da bei mir drin sind, die würde das auch alles nicht interessieren.

Y: Wie stehst Du denn zu Newslettern?

Experte 7: Gespalten. Newsletter sind ja eigentlich pure Werbung. Ich habe noch keinen gefunden, bei dem ich mich freiwillig anmelden würde. Da stehen zu 50 % Sachen drin, die mich nicht interessieren und das versuche ich ja zu vermeiden. Wie mit der Zeitschrift. Mir ist da zu viel Spam dabei. Von daher gespalten. Ich weiß, der Newsletter ist ein sehr starkes Marketing-Tool. Ich habe aber noch keinen gefunden, bei dem ich mich freiwillig anmelden würde.

Y: Aber Du bekommst welche in Dein E-Mail-Fach?

Experte 7: Definitiv bin ich bei einigen Newslettern angemeldet. Durch irgendwelche Registrierungen bei irgendwelchen Portalen. Da melde ich mich aber sofort, ohne den Newsletter zu lesen, ab.

Y: Warum?

Experte 7: Weil ich weiß, dass mich nichts interessiert was da drin steht.

Y: Gut, alles klar. Jetzt habe ich aber noch eine Bonusfrage. Meine Arbeit behandelt auch die

Begrifflichkeiten Nerd und Geek. Ich würde ganz gerne mal von Dir wissen, was Du von den Begriffen hältst und was Du empfindest, wenn man Dich so anspricht?

Experte 7: Es sind positive Begriffe. Mich hat bis jetzt noch niemand so angesprochen. Von mir selbst würde ich behaupten, dass ich eher ein Geek als ein Nerd bin. Bisher hat mich noch keiner so betitelt. Es sind in den letzten Jahren interessante Begriffe geworden. Ich kenne beide.

Y: Kannst Du sie mal definieren?

Experte 7: Nerd sind die "Hardcore IT'ler". Kennst Du die Show bei T-Crowed?

Y: Nein.

Experte 7: Das sind Leute, die Dir im Kopf die Schaltfunktion des Rechners erklären und nebenbei logische Funktionen ausrechnen. Das sind für mich die Nerds. Also wirklich die Hardcore Computerleute. Die von A bis Z jeden Schaltkreis kennen und Dir jede Funktion ausrechnen können und jede Software kennen. Das sind die Nerds. Meistens können sie auch ganz gut programmieren. Geeks wiederum sind Inselbegabte. Geeks sind eine Abspaltung von den Nerds. Die haben auch großes Computerwissen, die können auch programmieren. Sie sind aber auf einem bestimmten Thema enorm wissensreich. Sei es Mangas, sei es Filme, sei es Serien oder Spiele. Denen knallst Du irgendwas an den Kopf, wie zum Beispiel Bowser. Da wissen die sofort, es geht um Super Mario. Da wissen die alles zu dem Thema und das Zelda die Prinzessin ist und nicht der Typ, weil der heißt Link und so weiter. Das sind die Geeks. Die haben ein großes Wissen über IT, sind aber auf einem Gebiet so vertieft, dass sie Dir alles erzählen können.

Y: Und was bist Du?

Experte 7: Ich bin eher ein Geek als ein Nerd.

Y: Schon immer?

Experte 7: Also wenn es den Begriff schon früher gegeben hätte, würde ich sagen, so ab 2000 ein Geek, ja.

Y: Und niemals ein Nerd?

Experte 7: Nein. Dafür habe ich mich nicht so sehr spezialisiert. Ich habe immer alles Mögliche gemacht und nicht ein spezielles Gebiet.

Y: Super, danke schön.

Experte 7: Bitte schön.

8 Experte H

Wo: Friedrichshainer Volkspark, Berlin

Interviewdauer: 23:09 Minuten am 04. Juli 2013

Y: So, dann erzähl mir doch mal, was du derzeit beruflich so machst?

Experte 8: Ich bin Consultant und programmiere hauptsächlich gaswirtschaftliche Anwendungen.

Y: Bist Du da schon lange?

Experte 8: Da bin ich jetzt schon seit fast zwei Jahren. Davor war ich Consultant bei der IBM.

Y: Du bist also schon länger mit der IT-Welt vertraut?

Experte 8: Genau

Y: Dann erzähl mir doch einfach mal ganz kurz von Deinem Tagesablauf. Wie startest Du beruflich in den Tag?

Experte 8: Meist komme ich so zwischen 9, halb 10 auf die Arbeit. Dann geht es, mit dem was gerade anliegt, los. Programmieren, Bugs fixen und so. Im Team. Wir sind so fünf Leute im Team. In der Abteilung sind wir 70. Diese fünf Leute arbeiten auch speziell für meinen Software-Bereich. Da verteilen wir auch Bugs an andere und fixen selber.

Y: Also hast Du immer einen direkten Projektauftrag, den Du erledigen musst.

Experte 8: Ja. Immer verschiedene. Also gerade machen wir was für eine Kunden in München. Da machen wir ein neues Modul von unserer Software und da war ich Anfang des Jahres zur Spezifikation in München. Da wird die Fachlichkeit mit dem Kunden ausgearbeitet und seit März sind wir an der Entwicklung dran. Wir entwickeln dieses Modul nach den Vorgaben des Kunden und nach dem Konzept was wir für ihn erstellt haben.

Y: Okay. Du bekommst also von Deinem Vorgesetzten gesagt, was Du zu tun hast und fängst an zu programmieren.

Experte 8: Ja. Also, dass war jetzt das erste Projekt, bei dem ich auch die Fachlichkeit mit spezifiziert habe. Also war praktisch nur die Anweisung: Wir haben den Auftrag und Du machst das mal. Dann war ich noch mit einem Kollegen zusammen, der der Projektleiter ist. Der ist schon ein bisschen länger dabei. Ansonsten war das, dadurch dass ich die Fachlichkeit spezifiziert habe, eine freie Arbeit. Da suche ich mir die Sachen der Priorität nach aus.

Y: Du programmierst das also auf einer bestimmten Sprache, die Du vorher festgelegt hast. Wie entscheidest Du denn, wie Du es programmierst.

Experte 8: Durch Kreativität und Erfahrung. Man hat halt ein bestimmtes fachliches Problem, dass bestimmte Abläufe voneinander abhängen oder das manche Sachen etwas problematischer und auch in der Umsetzung durch Java etwas schwieriger sind. Doch das löst man durch Kreativität, manchmal auch googlen. Aber googlen eigentlich nur bei speziellen Fragestellungen. Wenn ich beispielsweise nicht weiß, wie eine Funktion funktioniert oder wenn es irgendwelche speziellen Probleme mit der Infrastruktur gibt, die wir nutzen. Also dem Applikationsserver, wenn da irgendwelche Probleme sind, aber ansonsten löse ich Probleme durch das Wissen der Ausbildung und durch meine Erfahrung.

Y: Wenn Du googlest, dann googlest Du also gezielt nach dem Problem.

Experte 8: Meistens ist es dann so, dass Du irgendeine Fehlernachricht bekommst und die dann einfach mal bei Google rein haust und guckst, was dazu in irgendwelchen Foren steht.

Y: Also suchst Du dann in Foren. Warum?

Experte 8: Erst mal bei Google. Die meisten Antworten kommen halt aus Foren, weil ein anderer die Frage schon mal gestellt hat und die dann entweder durch Support-Mitarbeiter von der jeweiligen Software beantwortet wurden.

Y: Priorisierst Du dann Deine Suchergebnisse auch?

Experte 8: Ja. So wie sie bei Google kommen und was mir halt sinnvoll erscheint. Da kommen auch oft identische Ergebnisse, da überspringt man ein paar Ergebnisse und sucht nach neuen Sachen.

Y: An was machst Du das denn fest? Alleine an dem Inhalt? Wenn Du das in Google eingibst, dann siehst Du doch nur die Überschrift und einen kleinen Textauszug?

Experte 8: Ja genau. Also in dem Textausschnitt steht meist schon viel drin und man sieht, ob der Treffer relevant ist und Qualität hat.

Y: Okay. Und wenn Du dann quasi ein Fehler gefunden hast oder Du meinst, dass die Lösung funktioniert, dann probierst Du das aus. Sollte das nicht der Fall sein, googlest Du erneut?

Experte 8: Ja.

Y: Und holst Du Dir noch irgendwo anders Inspiration?

Experte 8: Wenn es eine Sache ist, die auch mal ein anderer Kollege gemacht hat, dann bei anderen Kollegen. Wir nutzen ja auch die Arbeit von der ganzen Abteilung. Wenn es irgendwelche Basis-Sachen sind, dann gehe ich zu anderen Kollegen. Ansonsten aber nur ich und Google.

Y: Okay. Vorhin hast Du gesagt, dass es Quellen gibt, die von anderen Herstellern sind?

Experte 8: Genau. Wir nutzen beispielsweise den JBOS Applikationsserver. Wir entwickeln ja eine Software, aber es gibt inzwischen viel Basisarbeit schon gemacht wurde. Beispielsweise Web-Services.

Y: Das heißt, die Hersteller haben auf Ihrer Seite...

Experte 8: Auch Foren. Da fragen auch Nutzer der Software und da antwortet dann auch oftmals der Hersteller-Support.

Y: Und wie kontaktierst Du die?

Experte 8: Ich kontaktiere die eigentlich gar nicht. Ich bin nicht so ein Typ. Also, selbst wenn ich dazu nichts finde, dann probiere ich das Problem selber zu lösen. Ich schreibe nie selber was in Foren. Ich bin nur ein Nutznießer von anderen Leuten, die dann immer irgendwelche Fragen stellen. Ich frag eigentlich nie selber, ich nehme nur das bestehende Wissen.

Y: Warum fragst Du nicht selbst?

Experte 8: Weil es mir zu aufwendig ist. In den meisten Foren musst Du Dich dann anmelden, die E-Mail-Adresse hinterlegen und ein Verifizierungslink anklicken. Dann dauert es noch mindestens zwei Tage, bis mal jemand auf meine Frage geantwortet hat und da habe ich mein Problem meist schon selber gelöst oder bin zu anderen Sachen weitergegangen.

Y: Und nutzt Du noch andere Quellen, um Dir Ideen zu suchen?

Experte 8: Nein, eigentlich nicht.

Y: Gar nichts?

Experte 8: Nein.

Y: Wie sieht es denn mit Printmedien aus?

Experte 8: Ich habe das JAVA-Magazin da, aber was da drin steht sind keine Problemlösungen für spezielle Probleme. Eher was es für neue Technologien gibt. Das lese ich, um mich auf dem Laufenden zu halten. Aber jetzt für spezielle Probleme die im Alltag anfallen, findet man in Printmedien nichts.

Y: Was heißt das, Du hast das JAVA-Magazin da?

Experte 8: Das habe ich abonniert.

Y: Warum hast Du das abonniert?

Experte 8: Eigentlich war es so eine Sache, als ich Unternehmensberater wurde. Da hat man viel Reisezeit. Und damit ich was im Zug zu tun habe, habe ich das abonniert.

Y: Ansonsten würdest Du es Dir nicht abonnieren?

Experte 8: Nein, ansonsten nicht. Wenn ich von der Arbeit komme, dann ist Schluss mit Arbeit. Dann interessiert mich der ganze Quatsch nicht mehr, da möchte ich nicht noch privat ein Magazin lesen. Während der Arbeitszeit arbeite ich an der Software, da ist keine Zeit ein Magazin zu lesen.

Y: Okay, alles klar. Wie stehst Du denn eigentlich zu Social Media?

Experte 8: Beruflich habe ich damit wenig zu tun. In Sachen Programmierung gar nicht, es sei denn man kann Foren auch schon zu Social Media zählen. Klar, da bin ich Nutznießer von anderen Leuten. Ansonsten irgendwelche Communities und so, eigentlich nur, wenn ich aktuellen Bedarf habe, wie beispielsweise einen neuen Job zu suchen aber jetzt nicht um etwas zu finden, das meine Arbeit vereinfacht.

Y: Okay. Wo bist Du denn angemeldet?

Experte 8: Bei XING bin ich angemeldet. Eigentlich nur zu Präsentationszwecken, weil es jeder ist und um Nachrichten an Leute zu schreiben, die ich nirgendwo anders in den Kontakten habe. Da nerven mich aber schon die Headhunter. Die wollen dann mein Freund sein und so weiter. So lange ich glücklich im Job bin, brauche ich keine Anfragen von Headhuntern. Wenn ich unglücklich bin, so wie es zum Ende bei der IMB war, dann melde ich mich bei experteer an. Das ist speziell eine Plattform für Headhunter und für Leute die wirklich einen neuen Job suchen. XING ist ja wirklich ein allgemeingültiges Netzwerk. Fast wie Facebook, nur auf beruflicher Ebene. Dort sind auch ganz viele Leute drin, die keinen neuen Job suchen. Bei experteer ist das etwas spezieller.

Y: Du hast gerade Facebook erwähnt. Bist Du da auch angemeldet?

Experte 8: Ja, aber privat. Mit Arbeit hat das gar nichts zu tun. Ich adde auch keine Kollegen. Dazu ist halt XING da, um das ein bisschen zu trennen.

Y: Das heißt, Du bewegst Dich hauptsächlich online und informierst Dich über Online-Medien aber nicht über die typischen, sozusagen derzeit populären Social-Media Kanäle.

Experte 8: Ja.

Y: Okay. Gibt es da noch irgendwelche bestimmte Seite, die Du mal aufsuchst?

Experte 8: Also, wenn ich gerade mal Langeweile habe, dann lese ich normale Nachrichten und nicht irgendwelche Software-Nachrichten. Also, da gehe ich schon mal auf Handelsblatt.de oder ähnliches. Aber aus Langeweile würde ich mir keine IT-Artikel im Internet durchlesen, höchstens wenn ich im Zug unterwegs bin, mal das JAVA-Magazin.

Y: Das dann aber richtig als Print.

Experte 8: Ja, dass dann richtig in der Hand, weil in Zügen ja auch meist der Internetempfang schlecht ist.

Y: Und was hältst Du von Twitter?

Experte 8: Bei Twitter bin ich gar nicht. Da halte ich auch nicht viel von.

Y: Wieso?

Experte 8: Weiß ich nicht. Da bin ich irgendwie nicht ran gekommen. Ich würde mich nicht anmelden, weil ich denke, dass was ich twittern würde, keinen interessiert. Ich bin halt generell nicht so der Social Media Typ, der viel von sich selber postet.

Y: Und gibt es denn noch andere Verknüpfungspunkte, die Du vielleicht zu Herstellern hast? Oder zu verschiedenen Produkten? Wenn Du Informationen haben willst, rufst Du da immer mal was ab oder wie kommst Du da an ein Input?

Experte 8: Nein, eigentlich gar nicht.

Y: Also bekommst Du auch kein Newsletter?

Experte 8: Höchstens von irgendwelchen Foren, wenn ich dann doch mal was reingeschrieben habe, wenn ich das Problem gar nicht lösen konnte. Dann habe ich mal ein Forum Newsletter abonniert. Das ist aber immer mal für einen Monat interessant. Danach nervt es eigentlich nur, irgendwelche Informationen zu kriegen, die man nicht braucht.

Y: Was sind denn Informationen, die Du nicht brauchst?

Experte 8: Naja, irgendwelche neuen Beiträge in den Foren oder wenn irgendjemand nach einem Jahr noch mal auf meinen Beitrag antwortet und meint er habe dasselbe Problem. Da ist ja dann trotzdem noch keine Lösung da.

Y: Gibt es denn irgendwas, dass Du in einem Newsletter gerne lesen wollen würdest? Irgendwas, was Dich auch dazu bewegt den Newsletter nicht abzubestellen?

Experte 8: Eigentlich nur im privaten Bereich. Irgendwelche Rabatte oder ähnliches. Aber im beruflichen Bereich ist es ziemlich unwahrscheinlich, dass der Newsletter dann meine Probleme adressiert oder zur richtigen Zeit kommt.

Y: Dann ist das mit Werbung bei Dir auch nicht so einfach?

Experte 8: Werbung ist nervig.

Y: Okay.

Experte 8: Ich war vor zwei Jahren mal auf der JAX. Das ist eine große Entwicklermesse. Seit dem schicken die mir monatlich irgendwelche Prospekte von der neuen JAX. Die Prospekte interessieren mich überhaupt nicht. Wenn ich zu der JAX gehen will, wenn ich mir das ausgesucht habe, dass das diese Jahr wieder meine Schulungsmaßnahme ist. Dann gehe ich auf die JAX Webseite und gucke was dieses Jahr dran ist. Ich finde es eine Papierverschwendung mir da immer so viel Werbung zu schicken, die auch noch von anderen Konferenzen der Veranstalter sind. Die landen ungelesen im Müll.

Y: Achso. Heißt aber trotzdem, dass Du gerne mal auf solch eine Messe gehst? Auf eine Konferenz?

Experte 8: Das war mein erstes Mal. Ich war trotzdem mehr oder weniger enttäuscht, weil es mir für meine tägliche Arbeit nichts gebracht hat. Es wurden nur irgendwelche High-Flyer Themen, neue Themen behandelt, die man aber in der täglichen Arbeit nicht gebrauchen kann. Als Hobby-Entwickler, wenn man sich immer aussuchen kann, welche Technologie man nutzen will, dann ist das was. Aber in der industriellen Entwicklung oder in der wirtschaftlichen Entwicklung von Software, ist man stark an Standards gebunden. Man muss sich da einerseits an den Standard der Kollegen halten und andererseits an den Standard, was bei dem Kunden an Infrastruktur überhaupt verfügbar ist, um die neuen Technologien laufen zu lassen. Deswegen war da eigentlich auch nichts Relevantes dabei. Deswegen würde ich da in naher Zeit auch nicht noch mal hingehen.

Y: Gibt es denn irgendwelche anderen Veranstaltungen, die Du gerne besuchst?

Experte 8: Ja, die TechTalks. Weil die nicht so viel Aufwand sind. Für so eine Konferenz muss man ja erst mal vom Manager die Freigabe kriegen und dann ist es auch die Schulung für einen selber und man kann nichts anderes mehr machen. Aber TechTalks sind schon interessant, gerade wenn mich die Sprecher interessieren, wenn die auch ein bisschen bekannter sind. Beispielsweise aus dem JAVA-Magazin oder auch generell. Das man da einfach mal hingehet, gesellig auf ein Bier zusammensitzt und was zu essen kriegt. Das ist schon cool.

Y: Kommunizierst Du dann auch mit den Sprechern? Wie läuft das denn dort ab. Du hörst Dir den Vortrag an und dann? Meistens hat man doch schon noch offene Fragen.

Experte 8: Naja, das kommt wieder auf das Thema an. Wenn das ein Thema ist, dass mich auch beruflich betrifft. Wenn man dann sagen kann, man könnte in der Firma dadurch etwas besser machen. Den Sprecher spreche ich aber nicht direkt an. Man ist ja auch nicht der Einzige und solange dort warten, bis man der Letzte mit dem Sprecher ist, so lange möchte ich dann nicht bleiben. Also den Sprecher ansprechen eher nicht. Aber man unterhält sich dann mit anderen Leuten. Ich gehe da meistens auch mit Kollegen hin, die auch an dem Thema interessiert sind. Man unterhält sich dann untereinander darüber und mit noch anderen Besuchern von so einem TechTalk. Ja, da unterhält man sich schon darüber. Eventuell nimmt man dann auch was mit, was man gebrauchen

könnte.

Y: Also gehst Du nicht auf die Sprecher zu, okay.

Experte 8: Nein.

Y: Gut. Also ich habe zuvor schon irgendwie herausgehört, dass Du gerne im Internet bist.

Experte 8: Ja, das ist mein Lieblingsmedium.

Y: Ah, okay. Wie sieht es denn noch mit Büchern aus? Hast Du da was?

Experte 8: Naja, höchstens noch aus der Studienzeit. Bücher veralten so schnell. Wozu kauft man sich Bücher. Wenn man eine neue Technologie erlernen will. Wobei ich trotzdem auch in diesem Fall das Internet besser finde, weil es im Internet dann auch Tutorials gibt. Die sind in Büchern natürlich auch drin, doch das meiste Bücherwissen kann man sich heute auch im Internet über irgendwelche Tutorials zusammen suchen.

Y: Was ist denn ein Tutorial?

Experte 8: Ein Tutorial erklärt Dir eine Technologie, das ist eine Beispielanwendung. Wie macht man Sachen mit einer neuen Technologie, wie setzt man die ein und wie konfiguriert man die richtig. Und halt, wie man am schnellsten rein kommt. Eine „Hello World!“ Anwendung halt.

Y: Wo findest Du sowas denn?

Experte 8: Auch einfach über Google suchen, je nachdem welche Technologie ich gerade brauche. Wie zum Beispiel JSON. Das ist so eine Übertragungstechnologie, eine Alternative zu XML und wenn ich da gerade irgendwie ein JSON Pather, der mir aus einer bestimmten Datenmenge so JSON raus gibt, dann einsetzen möchte. So einen Fall hatte ich erst. Dann google ich erstmal nach den Möglichkeiten, welche Technologien es gibt. Ich evaluiere die dann und google dann nach der ausgewählten Technologie. Alle neuen Technologien haben online soviel Inhalt, dass man sich da rein fuchsen kann und das man da nach ein paar Tutorials mit zu recht kommt.

Y: Ist das Tutorial dann schriftlich?

Experte 8: Ja. Das ist meist eine Anwendung und oft bebildert.

Y: Gibt es die auch in anderen Formaten?

Experte 8: Ja, Tutorials gibt es auch in YouTube. Aber so schriftlich finde ich das besser. Das Video dauert halt immer ein bisschen länger. Du kannst nicht einfach nur überfliegen und gucken was Dich interessiert. Du musst halt das ganze Video gucken.

Y: Okay, alles klar. Es gibt ja auch verschiedene Plattformen, die Präsentationen anbieten. Wie findest Du sowas?

Experte 8: Da kenn ich jetzt keine.

Y: Slideshare zum Beispiel.

Experte 8: Du meinst so Präsentationen von Konferenzen?

Y: Genau.

Experte 8: Ja. Aber höchstens, wenn ich über Google darauf komme, dass eine Technologie irgendwo vorgestellt wurde. Das Wichtigste ist halt immer, dass das über Google schnell erreichbar ist. Wenn man sich dann noch irgendwo anmelden muss, um darauf zuzugreifen, dann bin ich meistens schon zu faul oder suche mir Informationen, die einfacher zu haben sind.

Y: Okay, alles klar. Was mir gerade noch einfällt. Du hast vorhin gesagt, dass Dich Werbung nervt. Machst Du da was dagegen oder lebst Du damit?

Experte 8: Na also, der Gmail SPAM-Filter hilft viel. Wenn mich aber eine Sache länger nervt, die nicht im SPAM landet, erstelle ich mir selber einen Filter, also bei E-Mails.

Y: Und wie ist das auf Online-Seiten?

Experte 8: Auf Online-Seiten? Naja, die Werbung die irgendwo am Rand ist, die interessiert mich einfach nicht.

Y: Warum?

Experte 8: Weil es Sachen sind, die für mich nicht relevant sind, wonach ich kein Begehren habe.

Y: Und wenn das irgendwelche Technik-Themen wären?

Experte 8: Naja, dann naja. Man macht ja keine Werbung für eine bestimmte Technologie, sondern für ein bestimmtes Produkt, womit man Geld verdienen will. Geld ist halt immer die Sache, wenn ich dafür bezahlen muss. Das ist dann auch ein Aufwand, weil mein Manager das genehmigen muss. Und privat würde ich für solche Produkte kein Geld ausgeben.

Y: Ihr habt aber schon Produkte gekauft?

Experte 8: Ja, wir haben entwicklungsunterstützende Produkte. Die kommen aber eher so rein, dass es irgendwo in der Abteilung entschieden wird. Durch irgendwelche Leute. Da wird entschieden, dass es die Entwicklung vereinfacht und verschnellert und dann werden die halt zentral gekauft, damit jeder eine Lizenz bekommt.

Y: Alles klar okay. Gut, dann sind wir auch durch. Jetzt hätte ich noch eine Bonusfrage. Meine Arbeit behandelt nämlich auch das Thema Nerd und Geek, weil laut populärwissenschaftlichen Quellen der heutige Softwareentwickler auch der heutige Nerd ist. Ganz gerne würde ich jetzt von Dir wissen, was Du unter den Begriffen verstehst und als was Du Dich persönlich siehst.

Experte 8: Also ein Nerd ist für mich jemand, der sich viel mit IT beschäftigt. Auch mit neuen Technologien und auch einen großen Teil seiner Freizeit rein steckt, weil es ihn einfach interessiert. Da würde ich mich eigentlich als leichten Nerd einordnen. Weil ich auch in dem Berufsfeld arbeite. Neue Technologien interessieren mich schon, wenn sie mein berufliches Leben leichter machen. Aber wie gesagt, in meiner Freizeit beschäftige ich mich da gar nicht mit dem Thema, deswegen wäre ich da nur ein leichter Nerd.

Y: Gut, vielen Dank. Das war es dann schon.

Experte 8: Ja, gerne.

9 Experte I

Wo: Märchenbrunnen, Friedrichshainer Volkspark, Berlin

Interviewdauer: 30:38 Minuten am 14. Juli 2013

Y: Dann erzähl mir doch erst mal, was Du beruflich machst?

Experte 9: Ja, also ich habe Physik studiert und arbeite jetzt als Programmierer. Software Developer sagt man ja.

Y: Und wie lange machst Du das schon?

Experte 9: Als Software Developer arbeite ich schon seit 2,5 Jahren. Vor 2,5 Jahren hab ich mein Physikstudium abgeschlossen. Ich hab etwas länger studiert.

Y: Wie lange denn?

Experte 9: 10 Jahre. Ich habe viel nebenbei gemacht. Ich musste halt arbeiten, ich habe kein Bafög oder irgendwas bekommen. Das hat sich dann einfach so in die Länge gezogen. Ich habe auch sehr viel Sport gemacht.

Y: Was hast Du denn gemacht?

Experte 9: Volleyball.

Y: Ach cool. Das kann ich gar nicht.

Experte 9: Ich habe teilweise jeden Tag Training gehabt und da bleibt die Vor- und Nachbereitung der Uni ein bisschen zu kurz.

Y: Naja, ok. Das heißt Du arbeitest jetzt seit 2,5 Jahren in dem Unternehmen und hattest vorher keinen großen IT-Background. Du hast Dich da quasi so rein gefunden?

Experte 9: Naja. Meine Diplomarbeit ging ein Jahr, da hab ich auch schon ein bisschen programmiert. Das ist natürlich nicht dasselbe an der Uni. Da ist es eher zielorientiert. In Unternehmen geht es hauptsächlich darum, wie es programmiert wird. Man kann ja nicht einfach irgendwas zusammen schustern. Es muss Hand und Fuß haben. Da musste ich am Anfang viel lernen und das war ganz schön anstrengend. So langsam habe ich mich aber rein gefunden.

Y: Wie hast Du das denn gemacht. Wie hast Du Dich belesen. Wie hast Du gelernt?

Experte 9: Naja, ich habe viel gelesen. Aber es ist ja immer dasselbe. Das eine ist, Informationen zu sammeln und das andere dann, wenn man davor sitzt und nicht weiß wie man anfangen soll. Die erste Zeit habe ich so kleinere Aufgaben gekriegt. Kleine Web-Applikationen mit verschiedenen Funktionen. Dann habe ich mal ein bisschen gegoogelt und mir Beispiele rausgesucht. Da habe ich dann quasi durch das Prinzip Trial and Error gearbeitet. Solange bis da was einigermaßen Gutes rausgekommen ist. Dann ging es damit weiter, dass ich an den bestehenden Systemen weitergearbeitet habe. Da war es natürlich leichter, weil man jemanden hatte, der das System kannte. Damit konnte ich dann auch jemanden fragen. Am Anfang waren das nur kleinere Dinge. Die Sachen wurden dann nach und nach größer und ja, jetzt habe ich mittlerweile auch eigenen Projekte, beziehungsweise eigene Verantwortungen, wo ich dann nicht unbedingt jemanden fragen kann, weil es auch kein anderer weiß.

Y: Das heißt, Du hast gegoogelt und geschaut wie es funktioniert?

Experte 9: Ja. Ich habe mir Beispiele von anderen Sachen angeguckt.

Y: Und was hast Du Dir da angeschaut? Also hast Du gelesen oder waren es Videos?

Experte 9: Je nachdem was es gab. Das hängt natürlich auch immer von dem ab, was man macht. Also, wenn man jetzt irgendwelche Web-Anwendungen macht, dann kann man natürlich auch schön Videos angucken. Aber oft waren es bei mir spezielle Probleme, wie beispielsweise eine Datenbankabfrage. Das ist natürlich schwer, dass durch ein Video darzustellen. Also, am meisten waren es hauptsächlich irgendwelche Tools zum üben. Teilweise habe ich auch Bücher gelesen, eigentlich war alles dabei.

Y: Okay. Wenn Du jetzt einen konkreten Projektauftrag bekommst, wie gehst Du denn da vor? Google-Recherche hattest Du schon genannt. Gibt es denn bestimmte Kanäle zur Informationsbeschaffung, die Du als wichtig erachtest?

Experte 9: Da weiß ich jetzt nicht, was Du mit Kanal meinst. Ich meine, man gibt bei Google was ein, dann klickt man die ersten Zehn links an und sucht ein bisschen rum. Dann entwickelt man irgendwann ein Gefühl, was jetzt wichtig ist oder was einem weiter hilft. Es ist eigentlich nichts Besonderes.

Y: Und sind das Online-Artikel oder was genau liest Du da?

Experte 9: Entweder sind es irgendwelche Frameworks, sofern die eine eigene Seite haben. Die schreiben für ihr Produkt eine Dokumentation und das kann dann gelesen werden. Irgendwelche Blogs gehen auch. Aber was häufig vorkommt, wenn man an einem Problem hängt oder der Server irgendwie ein Bug hat oder irgendwas nicht stimmt, dann guckt man immer in irgendwelche Foren. Da hatten die Leute schon ähnliche Probleme. Aber ich sage jetzt nicht, dass das Forum immer hilft. Da gucke ich nun als Erstes. Ich suche eigentlich über Google konkret nach meinem Problem und komme dann auf diverse Seiten. Also, es gibt natürlich große Foren, wo viele Themen besprochen werden. Da landet man dann öfter.

Y: Du gehst nicht gezielt darauf zu, sondern googlest Deine Probleme. Okay. Diese Frameworks sind die Hersteller, oder was ist das genau?

Experte 9: Ja genau.

Y: Alles klar, da suchst Du Dir dann Deine Informationen zusammen. Und suchst Du denn auch mal Support? Wenn Du nicht weiter weißt?

Experte 9: Ja, aber eher selten. Also, nein. Eigentlich nicht. Meistens sind es ja meistens irgendwelche Open Source Sachen, wo jetzt nicht ein gezielter oder professioneller Support dahinter steht. Da hängen auch irgendwelche Foren dran, wo Leute darüber diskutieren, was für Probleme sie haben und wie sie die gelöst haben. Das ist eigentlich ideal, gerade weil Du es auch schriftlich hast.

Y: Okay. Liest Du denn fachspezifische Themen?

Experte 9: Nein. Ich mache das eigentlich eher nicht so. Klar, mal schickt jemand ein Link rum, wenn das super ist und mal geschaut werden soll. Durch konkrete Probleme, komme ich natürlich auf neue Dinge aber es ist jetzt nicht so, dass ich irgendeine Java-Zeitung abonniert habe und da immer alles runter lese. Weiß nicht, wahrscheinlich sollte ich es machen, aber da komme ich nicht so ran.

Y: Liest Du dann online?

Experte 9: Naja, ich frage Google. Also ohne Google wäre ich wahrscheinlich ziemlich aufgeschmissen.

Y: Okay, alles klar. Du hast also nichts abonniert, hast Du gesagt, wieso denn eigentlich nicht?

Experte 9: Die Arbeit stellt diverse Zeitungen zur Verfügung, die man dort auch lesen kann. Ich hab auch manchmal, wenn dann eine neue Ausgabe kam, darin rumgeblättert. Aber die meisten Themen haben einfach nichts mit meiner konkreten Arbeit zu tun.

Y: Wie stehst Du allgemein zu den Printmedien?

Experte 9: Also privat nehme ich lieber ein Buch in die Hand. Auf dem Computer lesen, ist ja auch irgendwie anstrengend. Aber für die Arbeit braucht man schnell konkrete Lösungen, da ist das Internet schneller. Wenn mich aber ein Thema interessiert und ich da wirklich mehr wissen will, dann kaufe ich mir ein Buch und setze mich so mit dem Buch hin. Das ist einfach angenehmer. Ich starre den ganzen Tag auf den Computer, da muss ich das nicht mehr zu Hause machen.

Y: Ja, das verstehe ich. Also hast Du auch kein Tablet oder ähnliches?

Experte 9: Nein, da bin ich sehr unterentwickelt. Ich habe kein tolles technisches Spielzeug. Ich meine, ich sitze den ganzen Tag auf der Arbeit vor dem Computer und beschäftige mich damit. Wenn ich dann nach Hause komme, habe ich keine Lust mehr, mich noch weiter davor zu setzen.

Da kann man ja auch nicht abschalten. Deswegen versuche ich eigentlich, mich vor solchen Spielzeugen fernzuhalten, weil es ja einfach auch Zeit frisst.

Y: Ja, das stimmt. Da hast Du doch bestimmt auch keinen Fernseher?

Experte 9: Genau, ich habe keinen Fernseher. Da kommt wirklich nichts Interessantes. Die Sachen, die einigermaßen gehen, kommen zu Uhrzeiten wo man eigentlich schlafen muss.

Y: Cool. Ich bin jetzt auch seit 2 Jahren ohne Fernseher. Gut, das heißt, wenn Du auf der Arbeit nicht mit Deinem Google weiterkommst...

Experte 9: Es kommt immer darauf an. Wenn es im Büro hektisch ist, dann versuche ich meist alleine zu Recht zu kommen. Ist es aber etwas ruhiger, dann frage ich meine Kollegen. Wir haben auch ein Mal die Woche eine Art Meeting. Da findet sich das Team zusammen und wir reden alle einfach über Themen, die einer einstreut. Da geht es nicht um die Arbeit an sich, sondern eher um einen Wissens- und Informationsaustausch. Wenn jemand etwas gefunden hat, dann wird es da mitgeteilt. Manchmal wird da auch von jemandem, der etwas sehr interessantes gefunden hat, ein Vortrag gehalten.

Y: Okay cool, ein interner Wissensaustausch quasi.

Experte 9: Ja. Also ich persönlich finde es auch viel einfacher etwas zu lernen, wenn das durch die persönliche Diskussion geschieht. Da kann ich drei Bücher lesen und habe nicht ansatzweise das Wissen erhalten, was ich durch zwei Stunden Gespräche bekomme. Es mag auch anders gehen, manche können besser aus Büchern lernen, aber mir hilft das mehr, wenn mir das jemand persönlich vermittelt.

Y: Gehst Du denn eigentlich auch auf Konferenzen oder Talks? Dort wird ja auch viel gelernt und neue Technologien werden vorgestellt?

Experte 9: Ja. Ab und zu gehen wir auch firmenintern auf solche Konferenzen.

Y: Wie findest Du das so?

Experte 9: Es ist ganz schön zu beobachten. Aber ja, ob ich mir jetzt ein Vortrag über irgendeine neue Programmiersprache anhöre oder über irgendwelche Zootiere, dass macht für mich keinen Unterschied. Die Leute sind anders, so hat jede Fachrichtung seinen speziellen Typ, aber naja. Ich finde das ok aber nicht übermäßig toll.

Y: Wenn Du also auf solch eine Konferenz gehst und Du hörst Dir ein Thema an, dass Dich interessiert. Suchst Du denn dann auch Kontakt zu dem Vortragenden?

Experte 9: Eher nicht. Meistens ist es ja auch relativ viel, was man da erzählt bekommt. Ich brauche da immer ein bisschen länger, um so Sachen zu verarbeiten.

Y: Schlägst Du danach noch im Internet nach?

Experte 9: Ja. Wenn der Vortrag gut war und mich das interessiert hat, dann auf jeden Fall.

Y: Wie gehst Du dann da vor?

Experte 9: Entweder google ich direkt nach dem Thema, wenn es irgendeine Programmiersprache war oder so. Wenn es jetzt irgendwas dem Autor bezogen war, also wie der an Probleme ran geht oder ähnliches, dann google ich einfach nach der Person, da findet man meistens schon was.

Y: Okay. Wie Kommunizierst Du denn eigentlich. Wenn Du jetzt irgendwas Spezielles rausgefunden hast. Wie machst Du das, wie teilst Du Dein Wissen mit anderen Leuten?

Experte 9: Also das mache ich nicht. Ich glaube, ich habe auch noch nicht so wirklich was rausgefunden. Ich bin ja auch noch ziemlich am Anfang. Es ist eher noch viel Input als das ich jetzt selber was weitergebe.

Y: Hast Du Dir da trotzdem schon mal Gedanken gemacht, wie Du jetzt eine für Dich wichtige Information kommunizieren würdest?

Experte 9: Gute Frage. Nein, da habe ich noch nie drüber nachgedacht. Wenn man studiert geht es ja eigentlich eher um das Lernen und die Entwicklung von einem selbst. Deswegen, da hab ich noch nie drüber nachgedacht.

Y: Würdest Du denn beispielsweise über Social Media kommunizieren.

Experte 9: Nein. Also ich bin da auch gar nicht irgendwo angemeldet. Ich war früher mal bei StudiVZ, aber das ist jetzt auch länger her und das war eher lästig, weil einem irgendwelche Leute ständig irgendwelchen Quatsch geschickt haben.

Y: Du bist nirgends angemeldet?

Experte 9: Nein.

Y: Und was hältst Du so davon?

Experte 9: Naja, wenn es den Leuten Spaß macht. Das ist teilweise schon ein ganz schöner Seelenstriptease.

Y: Das heißt, Du nutzt überhaupt keinen Social Media Kanal, um auf irgendwelche Themen zuzugreifen oder darüber zu kommunizieren.

Experte 9: Nicht für mich, nein. Ich meine, es passiert oft, wenn man nach etwas googelt, dass man dann Links zu Twitter oder Facebook erhält. Wenn einem das Spaß macht, ist das bestimmt gar nicht schlecht. Man erreicht ja auch viele dadurch. Ich hatte bisher keine Lust oder nicht das Bedürfnis danach, über mich so viel zu reden, dass ich das irgendwie gebraucht hätte. Wenn ich kommuniziere dann über E-Mails und SMS, eigentlich bin ich ein SMS-Freak. Auch privat schreibe ich lieber SMS als zu telefonieren. Ich telefoniere nicht so gerne, eigentlich kaum.

Y: Okay. Wie kommuniziert Ihr denn auf der Arbeit, auf interaktiven Wegen?

Experte 9: Wir telefonieren, damit wir nicht so durch den Raum brüllen. Das nutzt aber kaum jemand. Wenn, dann brüllt er so laut, dass man das Telefon eh nicht mehr braucht. Viel E-Mail. Wenn man jemanden direkt anspricht, holt man ihn ja auch aus seiner Arbeit. Deswegen schreiben wir eher E-Mails, dann hat man es auch schriftlich und derjenige, der die E-Mail bekommt, kann sich dann aussuchen, wann er reagiert. Ich telefoniere auf der Arbeit aber schon öfter als privat. Da kann man auch leichter sein Problem mitteilen.

Y: Benutzt Ihr sonst noch ein Medium, beispielsweise Skype oder ähnliches?

Experte 9: Nein, keine Messenger.

Y: Okay gut. Also wie stehst Du denn zu dem Thema Newsletter?

Experte 9: Naja, Newsletter sind meistens eher nervig. Newsletter interessieren mich einfach nicht.

Y: Okay. Und Mittelungen über neue Technologien etc.?

Experte 9: Manchmal habe ich schon das Gefühl, dass ich mich mal mehr informieren müsste und auch mal Nachrichten schauen oder lesen. Aber wenn ich dann mal so eine Phase habe und denke ich bin unterinformiert, dann mach ich es eine Weile. Aber die meisten Sachen, über die die Allgemeinheit redet, sind mir einfach zu langweilig.

Y: Okay. Wenn Du jetzt zum Beispiel ein Newsletter bekommen würdest, was würdest Du dir denn wünschen, was da drin stehen sollte. Man weiß ja immer nur, was man nicht will.

Experte 9: Schwierig. Die meisten Newsletter sind ja schon produktspezifisch etc. Informationen über Neuheiten oder Updates wären schon ok. Wenn es wirklich nur fachbezogen ist. Aber meistens wird das ausgenutzt und der Newsletter wird zur Werbung. Was die sonst noch tolles haben und was man noch kaufen muss. Also, wenn man nur das kriegen würde, was am Anfang behauptet wird, dann wäre ich demgegenüber wahrscheinlich nicht so ablehnend.

Y: Alles klar. Kannst Du mir sagen welches Medium Dein Lieblingsmedium ist. Also beispielsweise das Internet und wenn es das Internet ist, was nutzt Du da gerne?

Experte 9: Das Internet ist mir schon sehr wichtig. Wenn mein Computer keinen Internetanschluss hätte, dann wüsste ich wahrscheinlich nichts damit anzufangen. Aber wenn ich mir jetzt aussuchen

müsste, dass ich nur noch das nehme und dann nichts anderes mehr, dann würde ich wahrscheinlich die Bücher nehmen. So schön das mit dem Internet auch ist, da kann man sich aber auch sehr leicht verzetteln. Da hat man dann 20 Tabs auf und weiß irgendwann nicht mehr, womit man überhaupt angefangen hat. Es ist natürlich auch ganz schön, so kommt man schneller vom einen zum nächsten, doch wenn man sich wirklich intensiv mit einem Thema beschäftigt, ist das Buch wahrscheinlich noch das Beste. Auch die Art und Weise wie es entstanden ist, spielt ja auch mit rein. Da hat sich jemand hingesezt, sich Mühe gegeben, sich lange damit beschäftigt und sich überlegt wie er jetzt was schreibt. Und so eine Internetseite ist halt irgendwie zusammengeschustert und da hängt nicht so viel Herzblut dran. So eine Information die in einem Buch steht, hab ich zumindest das Gefühl, ist gesicherter, als das, was jetzt im Internet steht.

Y: Okay ja. Da kennt man halt immer die Quelle.

Experte 9: Genau, ja.

Y: Recherchierst Du manchmal die Internetquellen?

Experte 9: Klar. Wenn ich was finde und mich darauf auch beziehen oder damit arbeiten will und mir nicht ganz sicher bin, ob das jetzt völliger Quatsch oder ob das ernst ist. Ich versuche schon irgendwie rauszukriegen von wem was ist oder wer das noch genutzt hat. Was die Leute so darüber sagen.

Y: Na da ist man dann auch auf der sicheren Seite.

Experte 9: Ja. Man kann natürlich auch nicht sagen, weil es alle machen ist es gut. Aber wenn es gar keiner macht, dann ist das auch schon ein bisschen komisch.

Y: Ja, das stimmt. Nur weil viele für etwas sind und damit auch werben, heißt das nicht, dass es das ultimative Tool ist. Wie stehst Du denn ganz allgemein zu Werbung?

Experte 9: Naja, generell nervt mich das. Aber wie ich festgestellt habe, wenn man eine Weile kein Fernsehen geguckt hat und bei irgendwem mal guckt, da gucke ich auch gerne mal Werbung. Da interessiert mich die Art wie sie gemacht ist und erstaunt mich nicht selten, wie die Unternehmen meinen, auf was für Reize wir ansprechen oder ich persönlich. Das ist manchmal echt interessant. Also gar nicht was es an sich gibt.

Y: Und Werbung im Internet?

Experte 9: Also mir ging das eigentlich noch nie so, dass ich irgendwo Werbung gesehen habe und dachte, ich müsste mal klicken. Das ist immer irgendwie ein Reflex. Wenn mir was in blinkenden Farben angeboten wird, dann ist irgendwas faul. Dann wollen die nur meine Adresse, mein Geld oder irgendwas anderes. Also es ist immer schwierig.

Y: Alles klar, ich bedanke mich. Zum Schluss hätte ich jetzt noch eine Bonusfrage. Meine Arbeit behandelt ja auch die Nerd und Geek Thematik. Was verstehst Du unter diesen Begriffen?

Experte 9: Geek hatte ich immer für mich als Streber verortet. Er hat Interesse für ein bestimmtes Thema, gerne auch ein technisches Thema, da geht er voll drin auf. Doch Nerd ist eigentlich ähnlich. Das ist echt schwierig. Ich habe ein klares Bild im Kopf, doch es ist schwierig das in Worte zu fassen.

Y: Na versuch mal Dein Bild zu beschreiben.

Experte 9: Auf jeden Fall sozial inkompetent. Das ist auf jeden Fall eine sehr große Nerd Eigenschaft. Boah, jetzt bin ich gerade völlig raus.

Y: Kein Ding, lass Dich nicht stressen, wir haben Zeit.

Experte 9: So ein Nerd ist für mich eher so einer der gerne Rollenspiele macht. Also, die schon mehr als nur so ihr Fachwissen haben. Also klar, der Nerd an sich definiert sich über sein Fachwissen und was er da tolles kann und das er da der Held ist, aber dann gibt es eben auch noch solche, die sich ein Hobby zulegen, damit sie eben nicht nur der Fachidiot sind. Dass sind dann aber meistens auch eher komische Hobbies, wie Rollenspiele oder Computerspiele. Eine Zeit lang war es an der Uni auch sehr beliebt, mit Rüstung und Schwert in den Wald zu gehen. Da hat sich einer auch echt hingestellt und mit kleinen Ösen ein Kettenhemd gebaut. Da hat er Monate, Jahre gesessen und sich ein Kettenhemd gemacht. Dann haben die sich irgendwo am Wochenende getroffen und sind durch den Wald gerannt. Ja, ich weiß auch nicht.

Y: Speziell.

Experte 9: Ja auf jeden Fall speziell. Oft haben die auch Fähigkeiten, die so normale Leute nicht haben, die auch gerne belächelt werden. Dann kann man sagen, der normale Mensch ist in Mathe schlecht. Das ist ganz normal, wenn einer sagt, Mathe kann ich nicht. Das wird überhaupt nicht als schlecht angesehen. So ein Nerd ist eher gut in Mathe, da gibt es dann schon die ersten Diskrepanzen. Der Nerd versteht auch nicht, warum man Mathe nicht kann, dass ist ein Unding. Mit Mathe ist das auch so eine Sache, da braucht man bestimmte Gehirnregionen, die aber anderen Gehirnregionen widersprechen. Wie eben die Kommunikativität und einfach die sozialen Fähigkeiten.

Y: Würdest Du Dich da auch hinzuzählen.

Experte 9: Ja, auf jeden Fall. Ich bin auf jeden Fall ein Nerd. Es gibt bestimmte Dinge, die fallen mir leicht, wo andere Leute die Hände über dem Kopf zusammenschlagen und sich fragen, wie ich das mache. Ich kann sehr gut im Kopf rechnen. Das ist schon irgendwie auffällig.

Y: Findest Du den Begriff heutzutage noch negativ besetzt?

Experte 9: Kommt darauf an, wen man fragt. Ich finde es jetzt nicht schlimm ein Nerd zu sein. Wenn ich es jetzt leugnen würde, würde es das nicht bringen, ich bin ja trotzdem noch so. Es gibt natürlich auch Leute die das als negativ betrachten und sagen: So ein Nerd, mit dem kann man nicht sprechen.

Y: Gut, dann vielen lieben Dank. Das war sehr nett.

Experte 9: Bitte schön, fand ich auch.

10 Experte J

Wo: Mensa, Mittweida

Wann: 15. Juli 2013, 12:00 Uhr bis 12:27 Uhr

Gesamt: 21:39 Minuten am 15. Julie 2013

Y: Dann erzähl mir doch mal, was Du beruflich so machst?

Experte 10: Ich habe gerade meine Bachelorarbeit abgegeben und arbeite für ein Chemnitzer Unternehmen.

Y: Hast Du denn schon einen IT-Background gehabt?

Experte 10: Durch das Studium, ja.

Y: Und vorher kein Interesse an IT-Themen?

Experte 10: Vorher bloß rudimentär. Mal so freizeitmäßig neben der Schule. Das ist jetzt aber nicht so tiefgründig gewesen.

Y: Und was hast Du studiert?

Experte 10: Multimedia-Technik. Das ist quasi so eine Art Medieninformatik.

Y: Und Du arbeitest als Programmierer in Chemnitz.

Experte 10: Softwareentwickler, genau.

Y: Okay, super. Na dann erzähl mir doch einfach mal ganz kurz, wie Du in Dein Arbeitstag einsteigst. Gibt es da etwas, wo Du Dich schon morgens auf die Arbeit vorbereitest? Etwas, dass Du wiederholst?

Experte 10: Also erstmal mache ich mir Tee. Schwarzen Tee, weil ich keinen Kaffee mehr trinke.

Y: Oh, wow.

Experte 10: Ja. Dann die firmeninternen Social Networks checken. Hauptsächlich Google+. Da haben wir jetzt auch eine eigene Seite aufgebaut. Da werden alle wichtigen Neuigkeiten gepostet und da guck ich erstmal rein und schaue, was es dort Neues gibt.

Y: Da habt Ihr einen richtigen Firmen-Account?

Experte 10: Genau

Y: Wenn Du das schon so ansprichst, was hältst Du denn von den ganzen Social Networks, den ganzen Social Media Kanälen?

Experte 10: Wenn man sie richtig nutzt, ziemlich viel.

Y: Okay.

Experte 10: Aber bei falscher Nutzung, ziemlich wenig.

Y: Und was heißt das, die Kanäle richtig oder falsch nutzen?

Experte 10: Na, wenn man Sachen mit Wert postet. Das ist für mich richtig nutzen. Wenn man etwas Wichtiges findet oder wirklich Informationen mit Inhalt weiterverteilen will, dann finde ich das sinnvoll. Wenn man aber schreibt, dass man gerade im Park sitzt, dann finde ich das nicht so interessant.

Y: Okay. Also willst Du, wenn etwas gepostet wird oder Du etwas kommunizierst, dann geht das eher in die fachliche Richtung?

Experte 10: Naja, gut. Ja, auch. Fachlich und auch hobbymäßig. Auch um Filme oder Musik geht

es. Wenn ich über Musik etwas Neues erfahre, poste ich das auch. Irgendwelche Neuigkeiten oder so.

Y: Okay. Wo bist Du denn überall angemeldet und mir wäre auch wichtig zu wissen, warum Du Dich für die Plattform entschieden hast?

Experte 10: Twitter in erster Linie, um mich über Neuigkeiten in der Technikwelt und auch hobbymäßig auszutauschen, bei Google+ genauso.

Y: Okay.

Experte 10: Bei Google+ ist es dann weniger privat. Da geht es mehr um die Softwareentwicklungsgeschichten und die IT-Geschichten, weil man da einen guten Background hat, von der Community.

Y: Okay. Und bist Du noch auf anderen Plattformen vertreten?

Experte 10: Facebook, da bin ich auch. Facebook, Ding, LinkedIn.

Y: Na das ist dann wahrscheinlich mehr fürs Private. Oder findest Du da auch eine Verknüpfung zur Fachlichkeit, behandelst Du da ein paar Software-Themen?

Experte 10: Nein. Facebook eigentlich nur privat. Bei Facebook geht es eigentlich nur drum zu schauen, ob ich eine Nachricht bekommen habe, von wem und wenn ja, dann beantworte ich sie und wenn nicht, dann geh ich wieder offline.

Y: Also bist Du eher so der Informationsleser. Der Nutznießer. Oder bist Du auch einer der über diese Kanäle viel kommuniziert?

Experte 10: Na eher Ersteres.

Y: Und warum ist das so?

Experte 10: Weil ich nicht so viel zu kommunizieren hab.

Y: Was würdest Du denn kommunizieren oder was willst Du gerne hören?

Experte 10: Eigentlich viel Technik-Themen. Nach was ich immer Ausschau halte und was ich dann auch selber auch nach draußen Posaune, dass sind so Blog-Einträge. Wenn ich einen interessanten Blog-Eintrag gefunden habe, dann gebe ich das auch gerne weiter. Da sag ich, hier, lest Euch das mal durch, dass ist ein netter Ansatz oder eine andere Sichtweise auf irgendwas.

Y: Okay. Hast Du denn da auch einen speziellen Blog, den Du gerne besuchst?

Experte 10: Nein. Das variiert eigentlich. Das variiert wirklich. Letztens habe ich einen verfolgt, ich weiß aber gar nicht wie der hieß.

Y: Was heißt denn verfolgt? Über Twitter oder richtig?

Experte 10: Na über Google+ habe ich quasi mitgekriegt, was er Neues gemacht hat und habe dann geklickt und dann den Artikel durchgelesen. Da geht es quasi um ein JAVA-Framework. Der probiert immer aus und sagt dann, ob es gut funktioniert oder nicht. Da bin ich längere Zeit hängen geblieben.

Y: Und wenn Du das jetzt schon so ansprichst mit dem Blog. Was sind denn noch so Deine typischen Medien, wo Du Dir fachspezifische Informationen suchst?

Experte 10: Hauptsächlich Blogs und Foren und auch die Dokumentation von der jeweiligen Technologie.

Y: Und warum Foren?

Experte 10: Na, die meisten Probleme hat es schon gegeben und wurden schon gelöst.

Y: Okay.

Experte 10: Wenn es dann von irgendjemandem netter Weise veröffentlicht wird, dann ist es doch

ganz schön, wenn man das weiter nutzt, um das Rad nicht neu erfinden zu müssen.

Y: Na klar, genau. Okay. Und kommunizierst Du auch selber in den Foren?

Experte 10: Ich lese mehr. Ich kommuniziere aber auch mal, wenn ich in dem jeweiligen Forum schon angemeldet bin. Das ist aber sehr selten.

Y: Wann kommt das vor?

Experte 10: Wenn das ein wirklich aktives Forum ist. Meist suche ich dann mein Problem, finde irgendwo was und nutze es dann. Wie es lief, teile ich dann mit.

Y: Du diskutierst dann also mit? Oder findest die Lösung und sagst, ob es geklappt hat?

Experte 10: Genau. So ist das.

Y: Gibt es sonst noch irgendwelche Internetseiten, auf denen Du Dir Informationen oder Inspiration holst und warum liest Du eigentlich Blogs?

Experte 10: Ich lese Blogs, um Informationen zu bekommen und weil sie interessant sind.

Y: Naja, aber im Internet gibt es ja verschiedene Quellen. Ist der Blog gleichwertig wie der Onlineartikel?

Experte 10: Prinzipiell ja. Naja, es kommt darauf an. Es gibt persönliche Blogs von irgendwelchen Leuten oder Blogs von Journalisten, die irgendwelche coolen Sachen machen. Da ist auch viel Unterhaltung dabei, würde ich jetzt behaupten.

Y: Ah ja, okay.

Experte 10: Internetartikel sind wirklich rein zur Informationssuche, während Blogs auch oftmals irgendwelche Lifestyles beschreiben. Das lese ich dann ganz einfach, weil es mich interessiert, Unterhaltung halt.

Y: Wenn Du jetzt auf Deiner Arbeit bist und Du etwas entwickeln sollst, wie gehst Du denn vor, wenn Du auf Probleme stößt?

Experte 10: Ich google.

Y: Okay.

Experte 10: Also erstmal versuche ich natürlich herauszufinden, wo das Problem ist. Ich will also den Kern des Problems herauszufinden. Dann kann ich das Problem entweder gleich lösen oder wenn ich herausfinde, dass es ein systeminternes Problem ist, dann frage ich einen anderen Mitarbeiter der schon länger im Thema drin ist und sich ein bisschen besser auskennt als ich. Oder ich google dann.

Y: Nach was googlest Du denn dann? Wahrscheinlich nach Deinem Problem.

Experte 10: Genau.

Y: Dann bekommst Du ja diese kleinen Textauszüge angezeigt. Also die Überschrift und der kleine Auszug darunter. Reicht Dir das dann schon? Wie priorisierst Du Deine Treffer?

Experte 10: Die Textausschnitte spielen auch mit rein. Es ist aber auch wichtig, auf welchen Seiten das steht. Auf manchen Seiten findet man halt qualitativ hochwertigere Meinungen und auf manchen weniger. Es gibt Blogs, die findet man immer wieder bei irgendwelchen Problemen. Irgendwann kann man dann abschätzen, ob das besser oder weniger gut passt.

Y: Was ist denn da für Dich eine hochwertige Quelle?

Experte 10: Als Beispiel jetzt direkt?

Y: Wenn Du eins hast, klar.

Experte 10: Na Stackoverflow ist da eigentlich das perfekte Beispiel. Da findet man eigentlich alles.

Y: Was wäre da jetzt nicht so eine geeignete Quelle für Dich?

Experte 10: Wer-weiss-was.de wäre nicht so praktisch.

Y: Also so allgemeinen Geschichten.

Experte 10: Ja. Das ist mir letztens wirklich passiert, deswegen kam mir das gerade so.

Y: Zählt da auch Wikipedia rein?

Experte 10: Na Wikipedia. Gut, da findet man ja nicht die Probleme die man dann hat, während einer Softwareentwicklung. Wikipedia ist aber cool, wenn ich jetzt gesagt bekomme, mich in neue Bereiche einzuarbeiten oder mal was nachzuschlagen oder was auch immer. Da ist Wikipedia immer die erste Anlaufstelle.

Y: Ah, verstehe. Da bekommt man dann auch gleich viele Informationen.

Experte 10: Vor allem weiß man dann, wie man weiter gucken muss. Das ist ein guter Einstieg in die Recherche.

Y: Okay, cool. Gibt es denn noch andere Quellen, die Du gerne liest. Einfach um Dich zu informieren.

Experte 10: Was ich auf Twitter und Google+ gleichermaßen verfolge, sind halt heise, golem, winfuture und codinghorror, dass ist ein ziemlich privates Ding eigentlich.

Y: Die verfolgst Du über Deine Social Networks. Warum verfolgst Du die so und nicht direkt über die Webseite?

Experte 10: Das würde mir zu lange dauern. Der Nachrichtenstream ist auf Twitter und Google+ kontinuierlich, da ist man immer aktuell. Wenn ich da drin bin, dann lese ich die Überschriften. Wenn ich dann weiß, über was es in dem Artikel geht, der Artikel mich dann interessiert, klicke ich ihn na. Das ist besser, bevor ich mich auf deren Seite erstmal durchklicken muss, bis ich dort einen News-Stream gefunden habe. Das dauert mir einfach zu lange. Da guck ich schnell auf Twitter, da geht das einfach viel schneller.

Y: Echt, ja?

Experte 10: Ja, Twitter oder Google+.

Y: Ist Twitter also auch ein sehr technikspezifisches Ding für Dich.

Experte 10: Ja schon. Nicht nur. Technisch und privat. Ich nutze es für beides.

Y: Was ist denn so Dein Lieblingsmedium? Gibt es da eins?

Experte 10: Eigentlich das Radio. Ich höre sehr gerne Radio.

Y: Warum?

Experte 10: Weil Radio einfach cool ist. Also jetzt nicht das richtige UKW Radio. Wenn dann schon das Internetradio. Also dann halt das Internet.

Y: Ich dachte gerade, Du redest vom richtigen Radio.

Experte 10: Nein. Kein Radio PSR oder so. Im Internet.

Y: Na wenn Radio, dann doch Radio Mittweida?

Experte 10: Radio Mittweida. Genau, wenn ich in Mittweida bin, dann ja.

Y: Gut. Also das Internetradio als Spaß und Unterhaltungskanal. Über den Laptop wahrscheinlich.

Experte 10: Über das Internet, Laptop und Smartphone.

Y: Ah ja, okay. Gibt es denn auch etwas, dass Du magst, was jetzt nicht mit dem Internet zu

tun hat?

Experte 10: Vielleicht Bücher. Wenn Du so fragst nicht viel. Fernsehen gucke ich nicht, richtiges Radio höre ich nicht, da gibt es einfach keine guten Sender, da bin ich einfach nicht die Zielgruppe. Gut, allgemeine Printmedien. Ja doch, ich habe Magazine, genau.

Y: Was hast Du denn da zum Beispiel?

Experte 10: Na so Tech-Magazine. Android zum Beispiel, speziell und vor allem Android Magazine.

Y: Und kaufst Du Dir die Medien in einem bestimmten Rhythmus?

Experte 10: Ich habe ein Abo. Bei dem Android-Magazin habe ich ein Abo. Aber nur, weil es ein günstiges Angebot war. Ich habe es vergünstigt bekommen und dachte, jetzt schlage ich mal zu.

Y: Ah ha. Ansonsten kaufst Du Dir ab und zu mal was.

Experte 10: Musikzeitschriften hauptsächlich.

Y: Okay. Du kaufst Dir das, weil Dich die Themen interessieren. Die Themen findet man doch eigentlich auch im Internet, warum denn ein Magazin? Das kostet doch auch sicherlich ganz schön was, oder?

Experte 10: Da hat man halt was in der Hand. Bei der Musiksache zumindest. Das ist ja eher Hobby und in so Musikzeitschriften sind die Informationen tiefgründiger. Wenn Du jetzt ein Interview einer Band auf der Homepage siehst, dann ist das meistens sehr gekürzt. In der Musikzeitschrift ist das meistens ausführlicher. Da hat man mal einen Beitrag über 5-6 Seiten mit mehr Informationen.

Y: Und wenn Dich etwas interessierst, wartest Du auf die nächste Ausgabe der Zeitschrift oder gehst Du dann ins Internet.

Experte 10: Ich kaufe mir die Zeitschrift dann wieder. Wenn mich die Zeitschrift einmal begeistert hat, dann kaufe ich die gerne und halte danach Ausschau.

Y: Gibt es denn noch andere Informationsmedien für Dich oder andere Kommunikationsmedien, die Du gerne nutzt?

Experte 10: Außerhalb des Internets?

Y: Ja, allgemein?

Experte 10: Ja, zur Information halt. Also Handy ist klar. E-Mail, Messenger.

Y: Messenger?

Experte 10: Na Skype, Google Hangout.

Y: Oh. Kenn ich gar nicht.

Experte 10: Kennst Du nicht? Der Messenger von Google?

Y: Achso. Ich dachte der heißt Google Talk?

Experte 10: So hieß er mal. Der heißt jetzt Google Hangout.

Y: Achso. Hangout heißt das also.

Experte 10: Ja. Das waren doch auch die Videos damals, die Hangouts. Hangouts hat Talk ersetzt. Jetzt ist das alles in einem sozusagen.

Y: Warum nutzt Du Messenger so gerne?

Experte 10: Die Kommunikation geht schnell und ist halt eben live sozusagen.

Y: Nutzt Du Messenger lieber als E-Mail?

Experte 10: Ja, klar. Also, na gut. Kommt drauf an. Bei firmeninternen Sachen natürlich nicht. Um

mich jedoch schnell mit Informationen auszutauschen, dann ja.

Y: Okay.

Experte 10: Bei meiner Arbeit habe ich auch mit anderen Leuten Kontakt. Also mit externen Firmen. Die schreibe ich lieber über E-Mail an, als über den Messenger. Das ist dann förmlicher. Die Kommunikation ist dann fertig und gut dokumentiert. Es ist auch sicherer.

Y: Ja, dann geht das auch nicht so unter, in der Masse des Chats. Jetzt hast Du also recherchiert, Du hast Dein Forum oder Deine Quelle gefunden und probierst Deine Lösung aus. Gibt es da noch andere Quellen, um beispielsweise zu lernen? Eine neue Programmiersprache oder ähnliches? Eine bestimmte Funktion vielleicht?

Experte 10: Nur über das Internet, meistens Internetquellen.

Y: Und sind die immer alle schriftlich?

Experte 10: Ja. Das heißt, nein. Lustig, dass Du das ansprichst. Ich habe gerade einen Kurs angefangen. Ein Webinar. Das sind Video-Tutorials.

Y: Wie findest Du das so?

Experte 10: Das ist super gemacht. Von einer Universität aus Amerika. Das ist richtig gut gemacht.

Y: Cool. Gibt es da einen Vorteil, den Du gegenüber dem schriftlichen Tutorial siehst?

Experte 10: Die Erklärung ist irgendwie menschlicher. Wenn da eine Person redet, die auch gerade vor Dir sitzen könnte, dann nimmt man doch alles irgendwie anders auf, als wenn es schriftlich gemacht wird. Da es auch Live entwickelt wird, kann man das auch besser verfolgen, als wenn es immer schon fest da steht.

Y: Ist das richtig Live? Also kannst Du gleich mitmachen?

Experte 10: Das sind Aufzeichnungen.

Y: Fällt Dir sonst noch irgendwas ein?

Experte 10: Screencasts finde ich noch super. Da zeichnen Leute ihren Desktop auf und zeigen so, wie sie etwas machen. Das ist zum Beispiel gut, wenn man mit der Entwicklungsumgebung einige Probleme hat und die da zeigen, wie man alles richtig einstellt.

Y: Wo findest Du sowas denn?

Experte 10: Auf YouTube. Da gibt es ganz viel.

Y: Okay. Cool. Dann würde ich jetzt gerne noch wissen, was Du von Newslettern hältst?

Experte 10: Newsletter. Von denen halte ich eigentlich nicht viel. Ich hatte auch teilweise Newsletter abonniert, von irgendwelchen Record-Labels oder so.

Y: Die hast Du richtig abonniert.

Experte 10: Ja. Wenn ich wissen will, wann eine neue Platte rauskommt oder ähnliches. Das kriege ich dann so ganz gut mit. Aber eigentlich war es immer zu viel Information und zu wenig Platz. Der Newsletter soll ja auch nicht unendlich lang sein. Das ist dann für mich vollkommen unübersichtlich und einfach nur nervig.

Y: Gibt es denn irgendetwas, was Du gerne in einem Newsletter lesen wollen würdest, irgendwas, was Du Dir wünschst? Also das Du den Newsletter auch weiter liest und auch spannend findest.

Experte 10: Er sollte nicht so oft kommen. Also mir reicht es, wenn er 1 Mal im Monat kommen würde und nicht jede Woche. So von wegen: Wir sind jetzt auf der und der Veranstaltung und triff uns dort oder kauf mal dies oder kauf mal das. Das interessiert mich einfach nicht.

Y: Und wenn Du an fachspezifische Themen denkst?

Experte 10: Fachspezifische Themen. Da hab ich gar keinen abonniert.

Y: Wenn Du einen bekommen würdest, würdest Du Dir was wünschen? Vom Newsletter?

Experte 10: Nein. Da brauche ich keinen Newsletter. Das ist durch Twitter und Google+ eigentlich gut abgedeckt. Da bin ich eigentlich schon up to date.

Y: Okay. Du bist also immer auf dem neuesten Stand und aktuell.

Experte 10: Ja, also wenn man das so von sich selbst sagen kann, dann ja. Ich bin aktuell. Achso, ok. Außer wenn Veranstaltung sind, dann kann man das vielleicht doch mal mitteilen. Jedoch nicht so oft. Wenn irgendwelche Webinare mal gemacht werden, wäre es gut, es mal mitzuteilen.

Y: Okay. Super, ich danke Dir. Dann hätte ich jetzt noch eine kleine Bonusfrage. Meine Arbeit behandelt auch das Thema Nerd und Geek. Ich würde jetzt gerne mal wissen, wie Du zu den Begriffen stehst?

Experte 10: Also. Was ist ein Nerd und was ist ein Geek? Eigentlich ist es ja das Gleiche. Nur der Geek ist einfach der coolere Nerd. Geeks sind gesellschaftlich akzeptiert. Die gehen auch mal aus und haben ein richtiges soziales Leben. Ein Nerd ist der klassische Informatiker. Er trägt eine Hornbrille, sitzt immer im Keller und ist deshalb ganz blass. Sozial inkompetent ist er. Ein gutes Beispiel für einen Nerd ist Sheldon Coopers von The Big Bang Theory.

Y: Ah okay, so definierst Du einen Nerd?

Experte 10: Genau.

Y: Und würdest Du Dich da auch rein zählen?

Experte 10: Ich bin eher von den Coolen. Ich bin eher ein Geek.

Y: Alles klar. Das war doch ein nettes Schlusswort. Ich danke Dir.

Anhang D: Datenauswertung

Der gesamte Auswertungsprozess aller zehn Experteninterviews ist aus Gründen des zu großen Umfangs auf der beiliegenden CD unter dem Word-Dokument *Experteninterviews_Datenauswertung_Yasmina_Thamri.docx* und zudem als PDF Dokument gespeichert.

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht.

Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Datum, Ort

Unterschrift
Yasmina Thamri